

**KONSISTENITAS UNDANG-UNDANG NOMOR 36 TAHUN 1999  
TENTANG TELEKOMUNIKASI  
DALAM MELINDUNGI KONSUMEN JASA TELEKOMUNIKASI  
DAN EFEKTIVITASNYA**



**TESIS**

**Disusun Dalam Rangka Memenuhi Persyaratan  
Program Magister Ilmu Hukum**

**Oleh :**

**USWATUN HASANAH**

**NIM. B4A.001.082**

**PEMBIMBING :**

**PROF. DR. SRI REDJEKI HARTONO, SH**

**BIDANG KAJIAN HUKUM EKONOMI DAN TEKNOLOGI  
PROGRAM MAGISTER ILMU HUKUM  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2004**

**UPT-PUSTAK-UNDIP**

**KONSISTENITAS UNDANG-UNDANG NOMOR 36 TAHUN 1999  
TENTANG TELEKOMUNIKASI  
DALAM MELINDUNGI KONSUMEN JASA TELEKOMUNIKASI  
DAN EFEKTIVITASNYA**


Disusun Oleh :  
Uswatun Hasanah  
NIM. B4A.001.082

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji  
Pada Tanggal : 24 Februari 2004

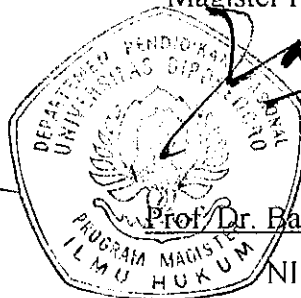
Tesis Ini Telah Diterima  
Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar  
Magister Ilmu Hukum


Pembimbing

Mengetahui Ketua Program  
Magister Ilmu Hukum UNDIP

  
Prof. Dr. Sri Redjeki Hartono, SH

NIP. 130 368 053



  
Prof. Dr. Barda Nawawi Arief, SH

NIP. 130 350 519

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

Kesuksesan adalah milik orang yang mampu mengatasi segala rintangan dengan penuh percaya diri.

### PERSEMBAHAN :

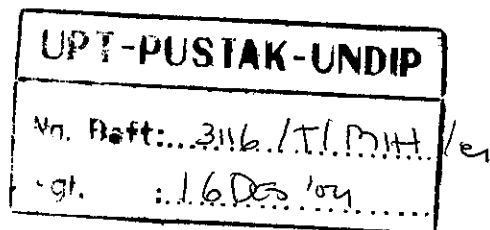
Tesis ini Ku persembahkan untuk :

Ayah, Ibu, Abang Iwan dan keluarga, Inga Yanti dan Keluarga,

Donga Fadli dan Keluarga, Elin,

*My Soulmate Fit.*

Semoga Kita selalu menjadi keluarga yang sakinah, mawaddah, warahmah dunia dan akhirat, amin.



## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karuniaNya penulis diberi kemampuan untuk menyelesaikan penulisan tesis ini, yang berjudul : Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi Dan Efektivitasnya.

Penulisan tesis ini dimaksudkan sebagai salah satu persyaratan guna menyelesaikan studi pada Program Magister Ilmu Hukum Kajian Hukum Ekonomi dan Teknologi pada Universitas Diponegoro Semarang.

Tiada gading yang tak retak, penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan pengetahuan, waktu, biaya, dan terbatasnya literatur.

Namun dengan tekad dan rasa ingin tahu dalam pengembangan ilmu, maka penulis dapat menyelesaikannya. Untuk itu penulis sangat berterima kasih bila ada kritikan dan saran yang konstruktif demi penyempurnaan tesis ini. Penulis menyadari hanya dengan bantuan dari berbagai pihak penulisan tesis ini dapat terselesaikan.

Untuk itu penulis menyampaikan dengan rasa hormat dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Prof. Dr. Sri Redjeki, SH selaku pembimbing yang telah memberikan pengarahan, masukan dan kritik yang membangun selama proses penulisan tesis ini. Integritas beliau sebagai akademisi dan figur ibu yang

selama ini dirasakan oleh penulis telah memberikan kesan yang berarti bagi penulis.

Rasa terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung proses penyelesaian studi dan penelitian untuk tesis ini antara lain :

1. Rektor Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH Bengkulu yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk mengikuti Program Magister Ilmu Hukum.
2. Para Guru Besar dan Staf Pengajar Program Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro Semarang.
3. Ketua dan Sekretaris Program Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro yang secara institusional telah mengizinkan dan memfasilitasi penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan studi.
4. Staf Administrasi Program Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro.
5. Rekan-rekan angkatan 2001 yang telah memberi motivasi untuk menyelesaikan tesis ini dan setia menjadi mitra diskusi selama mengikuti pendidikan di Program Magister Ilmu Hukum.
6. Staf perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, terima kasih atas buku-bukunya.
7. Pak Sukandardji *Regional Complain* PT. Telkom DIVRE IV Jateng dan DIY, terima kasih telah memberikan bantuan selama penulis melakukan penelitian.
8. Staf LP2K (Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen), terima kasih atas bantuannya selama penelitian.

9. Ayah, Ibu terima kasih atas kasih sayang, pengorbanan dan segalanya. Kakak-kakak dan Adikku, kakak-kakak ipar dan 4 orang keponakanku terima kasih atas persaudaraan yang hebat.
10. Fit, terima kasih atas kesabarannya menunggu.
11. Mbak Yayuk, Mas Sonny, Mbak Hany dan Mas Budi sekeluarga terima kasih mau menerima sebagai salah satu penghuni PB 32.
12. Mbak Nunik terima kasih telah menjadi *roommate* yang hebat, Juleha, Tince, Ida, Ra'is, Imoel, Muncle, Encus, Inung, Wahyu, Eving, Ikay, Vida, Dian, Dora, Ifah, Ocha, Ioh, Mbak Tatay, terima kasih atas kebersamaan dan persahabatan yang indah.
13. Eva, Rini, Chenil, Ika Dhukun, Rini, Yaya, Anis, Rina, Nana, Bu Laily, Ita, U'ul, Bu Is, Mbak Mely Unand, Pak Waluyadi, Mas Alfa, Bu Lita, Bu Desak, Pak Aris, Pak Arief, Mas Ari, Jojo, Mbak Fahim, Afif, Juned, Pak Kolim, Peter, Brian, Rafat, terima kasih *support* nya. Ayoed, terima kasih datanya.
14. Semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Atas kebaikan yang telah diberikan itu semoga Allah SWT akan memberikan balasan yang berlipat ganda kepada Bapak, Ibu dan saudara semuanya. Amin. Akhirnya semoga karya ini dapat memberikan setitik manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Semarang, 24 Februari 2004

Penulis

## ABSTRAK

Penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi beserta peraturan pelaksanaannya. Undang-Undang Telekomunikasi diharapkan konsisten dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi juga efektif dalam pelaksanaannya. Selain itu dalam rangka melindungi konsumen jasa telekomunikasi, Undang-Undang Telekomunikasi juga harus konsisten dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

Dalam tesis ini diangkat tiga permasalahan pertama bagaimanakah konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi. Kedua bagaimanakah konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ketiga bagaimanakah efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi.

Pembahasan terhadap hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Jika dilihat dalam hal asas dan tujuan penyelenggaraan jasa telekomunikasi, kewajiban penyelenggara jasa telekomunikasi terhadap konsumen jasa telekomunikasi, ketentuan sanksi yang ditujukan bagi penyelenggara jasa telekomunikasi ternyata memang konsisten dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi.

Jika dilihat konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam kaitannya dengan perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi, yang dilihat dalam hal penjaminan hak-hak konsumen jasa telekomunikasi, diperbolehkannya perjanjian baku serta dalam hal penyelesaian sengketa antara konsumen jasa telekomunikasi dengan penyelenggara jasa telekomunikasi. Ternyata keduanya memang konsisten.

Mengenai efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi, bila dilihat dari efektivitasnya bagi konsumen jasa telekomunikasi, ternyata belum bisa dikatakan efektif. Ada beberapa kendala yang menyebabkan Undang-Undang tersebut belum bisa berlaku efektif dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi. Kendalanya berasal dari faktor diri konsumen dan di luar konsumen jasa telekomunikasi. Bila dilihat dari efektivitasnya bagi penyelenggara jasa telekomunikasi, juga belum bisa dikatakan efektif, karena PT. Telkom sebagai salah satu penyelenggara jasa telekomunikasi belum bisa menjalankan amanat Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dengan baik hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya komplain konsumen jasa telekomunikasi yang ditujukan kepada PT. Telkom.

Kata kunci : konsumen jasa telekomunikasi.

## ABSTRACT

The implementation of telecommunication in Indonesia is ruled by the Act number 36 1999 about Telecommunication include the implementation regulation. The telecommunication act is expected to be consistent in protection consumers of telecommunication services, also effective in the implementation. Beside that, in the framework of protecting consumers of telecommunication service, the Telecommunication Act must be consistent with the Consumers Protection Act that is the Act number 8, 1999.

Three matters are discussed in this thesis; first, how the consistency of the Act number 36, 1999 about Telecommunication in protecting consumers of telecommunication service. Second, how the consistency of the Act number 36, 1999 about Telecommunication to the Act number 8, 1999 about Consumers Protection. Third, how the effectivity of the Act number 36, 1999 about Telecommunication in protecting consumers of telecommunication service.

From the discussion about the research result, can be concluded the if viewed of the matter of principles and purposes of telecommunication service the implementation, the obligation of telecommunication service provider to consumers of telecommunication service, the stipulation of sanction directed to the telecommunication service provider is obviously consistent in protecting consumers of telecommunication service.

If viewed of the consistency of the Act number 36, 1999 about telecommunication to the Act number 8, 1999 about Consumers Protection related with protection to consumers of telecommunication service, that is seen in the matter of the right guarantee of telecommunication service customer, the standard agreement is allowed in the matter of conflict settlement between telecommunication service customers and the telecommunication service provider. In fact, both of them are consistent.

Talking about the effectivity of the Act number 36, 1999 about Telecommunication in protecting consumers of telecommunication service if viewed of its effectivity for consumers of telecommunication, as a matter of fact, it is not effective yet. There are some problems that cause the Act can't prevail effectively in protecting consumers of telecommunication service. The problems are from consumer's self-factor and out of consumers. If viewed of its effectivity for the telecommunication service provider, it is also not effective yet, because PT. Telkom as one of telecommunication service provider can't conduct the trusteeship of the Act number 36, 1999 about telecommunication very well. It's proven by the number of complaint directed to PT. Telkom.

Keyword : consumers of telecommunication service.



## DAFTAR TABEL

TABEL 1	DATA PENGADUAN PELANGGAN	
	TAHUN 2002 s.d 2003 .....	128
TABEL 2	DATA PENYEBAB PENGADUAN PELANGGAN	
	TAHUN 2002 s.d 2003 .....	130
TABEL 3	DATA PENGADUAN KONSUMEN	
	JASA TELEKOMUNIKASI KE LP2K	
	SEPANJANG TAHUN 2002 s.d 2003 .....	166

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Perumusan Dan Pembatasan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Kerangka Pemikiran.....	10
F. Metode Penelitian.....	16
1. Metode Pendekatan .....	16
2. Spesifikasi Penelitian .....	17
3. Metode Penentuan Sampel .....	19
4. Metode Pengumpulan Data .....	21
5. Metode Pengolahan Dan Analisa Data.....	23
G. Sistematika Penulisan.....	23

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA TENTANG KONSISTENITAS UNDANG-UNDANG NOMOR 36 TAHUN 1999 TENTANG TELEKOMUNIKASI DALAM MELINDUNGI KONSUMEN JASA TELEKOMUNIKASI DAN EFEKTIVITASNYA

A. Tinjauan Umum Mengenai Telekomunikasi .....	29
1. Sejarah Telekomunikasi Di Indonesia.....	29
2. Pengaturan Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi Di Indonesia .....	31
3. Pengertian Telekomunikasi dan Jasa Telekomunikasi.....	33
a. Pengertian Telekomunikasi .....	33
b. Pengertian Jasa Telekomunikasi .....	35
4. Asas Penyelenggaraan Telekomunikasi .....	36
5. Tujuan Penyelenggaraan Telekomunikasi.....	37
6. Penyelenggaraan Telekomunikasi Di Indonesia .....	37
a. Penyelenggaraan Jaringan Telekomunikasi.....	38
b. Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi .....	40
c. Penyelenggaraan Telekomunikasi Khusus .....	41
7. Perkembangan Industri Telekomunikasi Di Indonesia .....	42
8. Perkembangan Teknologi Telekomunikasi Di Indonesia .....	43
a. Telepon Tetap ( <i>Fixed Telephone</i> ).....	44
b. Teknologi Komunikasi Tulisan.....	48
c. Teknologi Sirkuit Langganan .....	48
d. Teknologi Pasopati.....	49
e. Teknologi Satelit.....	49
f. Telekomunikasi Bergerak Selular ( <i>Mobile Communication</i> )	51
g. Teknologi Informasi Multimedia .....	52
9. Hak dan Kewajiban Penyelenggara Telekomunikasi dan Masyarakat.....	53
10. Sanksi Menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi .....	57

B. Perlindungan Konsumen Pada Umumnya.....	60
1. Perlindungan Konsumen Di Indonesia.....	60
a. Perlindungan Konsumen Secara Umum.....	60
b. Perlindungan Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	61
2. Asas Perlindungan Konsumen.....	62
3. Tujuan Perlindungan Konsumen .....	62
4. Hubungan Hukum Antara Konsumen dan Produsen .....	63
a. Hak dan Kewajiban Konsumen .....	65
b. Hak dan Kewajiban Produsen .....	72
5. Perlindungan Konsumen Terhadap Perjanjian Baku.....	74
6. Perlindungan Konsumen Di Indonesia.....	89
a. Pembinaan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen Di Indonesia .....	90
b. Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen Di Indonesia .....	91
7. Perlindungan Produsen Terhadap Itikad Tidak Baik Konsumen.....	91
8. Sanksi Menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen .....	93
9. Penyelesaian Sengketa Antara Produsen dan Konsumen.....	97
C. Tinjauan Umum Tentang Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi Dan Efektivitasnya .....	98
1. Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi .....	98
2. Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	99

3. Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi.....	100
--	-----

### BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	103
1. Gambaran Umum PT. Telekomunikasi Indonesia .....	103
2. Produk-Produk Telekomunikasi yang Disediakan PT. Telkom.....	106
3. Kasus-Kasus Pengaduan Konsumen Jasa Telekomunikasi.....	123
4. Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi.....	144
a. Konsistenitas Dalam Hal Asas Dan Tujuan Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi .....	145
b. Konsistenitas Dalam Hal Kewajiban Penyelenggara Jasa Telekomunikasi Terhadap Konsumen Jasa Telekomunikasi .....	147
c. Konsistenitas Dalam Hal Pemberian Sanksi Bagi Penyelenggara Jasa Telekomunikasi .....	152
5. Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	156
a. Konsistenitas Dalam Hal Penjaminan Hak-Hak Konsumen Jasa Telekomunikasi .....	156
b. Konsistenitas Dalam Hal Diperbolehkannya Perjanjian Baku .....	159
c. Konsistenitas Dalam Hal Penyelesaian Sengketa Konsumen Jasa Telekomunikasi Dengan Penyelenggara Jasa Telekomunikasi .....	162

6. Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi .....	164
a. Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Bagi Konsumen Jasa Telekomunikasi.....	164
b. Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Bagi Penyelenggara Jasa Telekomunikasi .....	168
B. Pembahasan.....	169
1. Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi.....	169
a. Konsistenitas Dalam Hal Asas Dan Tujuan Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi .....	171
b. Konsistenitas Dalam Hal Kewajiban Penyelenggara Jasa Telekomunikasi Terhadap Konsumen Jasa Telekomunikasi.....	174
c. Konsistenitas Dalam Hal Pemberian Sanksi Bagi Penyelenggara Jasa Telekomunikasi .....	183
2. Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	184
a. Konsistenitas Dalam Hal Penjaminan Hak-Hak Konsumen Jasa Telekomunikasi .....	185
b. Konsistenitas Dalam Hal Diperbolehkannya Perjanjian Baku .....	192
c. Konsistenitas Dalam Hal Penyelesaian Sengketa Konsumen Jasa telekomunikasi Dengan Penyelenggara Jasa Telekomunikasi .....	204
3. Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi.....	210

a. Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Bagi Konsumen Jasa Telekomunikasi.....	211
b. Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Bagi Penyelenggara Jasa Telekomunikasi .....	219
 BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....	222
1. Kesimpulan.....	222
2. Saran.....	223

## DAFTAR PUSTAKA

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Penelitian

Salah satu penunjang kemajuan dari zaman ke zaman adalah telekomunikasi. Begitu pentingnya telekomunikasi bagi suatu negara dalam rangka menumbuhkan rasa persatuan dan kesatuan antar warga negaranya, meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran bangsanya secara adil dan merata, mendukung kehidupan ekonomi dan kegiatan pemerintahan serta mempererat hubungan dengan negara-negara lain di dunia, sehingga bisa dibayangkan jika di dalam suatu negara penyelenggaraan telekomunikasinya tidak berjalan seperti yang diharapkan.

Kehidupan umat manusia akan terasa hampa kalau tidak tersedianya sarana telekomunikasi. Sejarah telekomunikasi di Indonesia bermula sejak saluran telegraf elektromagnet pertama dibuka pada tanggal 23 Oktober 1855 oleh Pemerintah Hindia Belanda yang menghubungkan *Batavia* (Jakarta) dan *Buitenzorg* (Bogor), dua tahun kemudian dibuka jaringan Jakarta-Surabaya dengan cabang Semarang-Ambarawa. Pada tahun 1882 barulah dibuka jaringan telepon pertama. Namun baru sebatas telepon lokal.<sup>1</sup> Telepon lokal yang dimaksud, di masa sekarang dikenal dengan

---

<sup>1</sup> Ramadhan K.H., Sugiarta Sriwibawa, Abrar Yusra, *Dari Monopoli Menuju Kompetisi*, Grasindo, Jakarta, 1994, halaman 7.



telepon tetap (*fixed telephone*) yang telah mengalami modifikasi dari tahun ke tahun, ada yang dilengkapi dengan jasa fitur (*supplementary service*) seperti nada sela, lacak, trimitra, sandinada, andara, *hunting system* (biasanya untuk perusahaan-perusahaan atau instansi-instansi), KLIP, *Keyword*.

Hingga menginjak abad 21 ini, PT. Telkom telah menyediakan berbagai macam produk telekomunikasi yang diperuntukkan bagi para pengguna jasa (konsumen) telekomunikasi, termasuk produk-produk jasa multimedia seperti *Telkomnet*, *Electronic Mega Mall*, *Solution for Enterprise Network*, jasa satelit seperti *Transponder Leased*, *Teleconference*, jasa sirkit langganan, jasa Pasopati, serta produk-produk lainnya., seperti *Telkom Flexi* (*fixed phone wireless*). Produk PT. Telkom yang termasuk baru ini, dilengkapi dengan teknologi CDMA (*Code Division Multiple Access*) yang bersuara jernih dan tidak bisa disadap. *Telkom flexi* baru tersedia di beberapa kota saja seperti Surabaya, Balikpapan, Denpasar, Jakarta, Makasar, Batam, Semarang, Bandung. Sementara telex dan telegram yang termasuk ke dalam jasa komunikasi tulisan bukanlah produk yang baru karena sudah dikenal sejak lama.

Penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi beserta peraturan pelaksana lainnya, seperti Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2000 Tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi beserta beberapa peraturan lainnya yang masih berlaku efektif.

Menurut Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, yang dimaksud dengan telekomunikasi adalah setiap pemancaran, pengiriman, dan/ atau penerimaan dari setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara, dan bunyi melalui sistem kawat, optik, radio, atau sistem elektromagnetik lainnya. Dari pengertian tersebut terlihat bahwa banyak cara yang dapat dilakukan dalam pengiriman informasi, kita bebas memilih media mana yang akan digunakan.

Salah satu penyelenggara jasa telekomunikasi di Indonesia adalah PT. Telekomunikasi Indonesia ( PT.Telkom) yang merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Padamulanya penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia merupakan monopoli PT. Telkom namun lama-kelamaan posisi monopoli tersebut hilang dengan telah diberikannya juga kesempatan kepada badan-badan usaha milik swasta yang lain untuk ikut serta meramaikan bisnis pertelekomunikasian di tanah air, seperti PT. Indosat (beserta anak perusahaannya yaitu PT. Satelindo), PT. Exelcomindo, PT. Telkomsel.

Penyelenggaraan telekomunikasi oleh PT. Telkom di Indonesia dilakukan oleh 7 Divisi Regional (Divre) yang tersebar di seluruh wilayah nusantara, yaitu Divisi Regional I Sumatera, Divisi Regional II Jakarta, Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten, Divisi Regional IV Jateng dan DIY, Divisi Regional V Jatim, Divisi Regional VI Kalimantan, Divisi Regional VII Kawasan Timur Indonesia.

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pertelekomunikasian, PT. Telkom pasti berhadapan dengan masyarakat sebagai konsumen atau pengguna jasa telekomunikasi sehingga PT. Telkom harus berusaha menjunjung tinggi kepentingan-kepentingan masyarakat yang dilayaninya. Masyarakat sebagai konsumen jasa telekomunikasi berhak untuk mendapatkan pelayanan yang sebaik-baiknya, namun juga harus memiliki itikad baik dalam melakukan hubungan hukum.

Hingga saat ini produk PT. Telkom yang paling banyak diminati oleh masyarakat adalah telepon tetap (*fixed telephone*). Mengingat biaya yang relatif murah dibanding produk-produk PT. Telkom lainnya. Namun bukan berarti produk-produk yang lain tidak diminati, ada juga sebagian kecil masyarakat yang menggunakan produk-produk PT. Telkom yang lain.

Dengan hadirnya telepon sebagai salah satu sarana telekomunikasi banyak menimbulkan manfaat di antaranya yaitu telepon dapat digunakan sebagai substitusi bagi waktu yang dihabiskan jika harus bepergian, dapat digunakan sebagai sarana untuk mengendalikan bisnis dari jauh, dapat digunakan sebagai sarana untuk memberikan informasi dan berinteraksi dengan pelanggan (konsumen), dan telepon juga dapat membantu meningkatkan kedatangan wisatawan melalui reservasi serta dapat meningkatkan efisiensi dalam ruang lingkup serta sektor pemerintahan. Bisa dibayangkan betapa sarana telekomunikasi yang satu ini begitu dibutuhkan pada saat sekarang.

Masyarakat sebagai konsumen jasa telekomunikasi memang mempunyai hak untuk diberikan perlindungan dari kerugian-kerugian yang dideritanya namun juga berkewajiban untuk menjalankan fungsinya sebagai konsumen. Di sini perlu juga ditekankan bahwa perlindungan konsumen tidak berarti hanya memperjuangkan dan membenarkan kepentingan pihak konsumen dan harus mengorbankan pihak lain terutama pihak produsen. Dengan adanya Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pihak produsen juga dilindungi di sini dari para konsumen yang beritikad tidak baik.

PT. Telkom dalam kedudukannya sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi menawarkan kepada konsumen jasa telekomunikasi produk-produknya. PT. Telkom melayani permohonan sambungan, pemasangan instalasi dan pemeliharaan sarana telepon juga sarana telekomunikasi lainnya. Penawaran tersebut biasanya dituangkan oleh PT. Telkom baik secara tersurat maupun tersirat dalam Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi (KBST).

Kesepakatan yang tertera dalam isi perjanjian dari kontrak tersebut menimbulkan hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak, sesuai dengan apa yang mereka perjanjikan dalam surat perjanjian tersebut. Undang-Undang pun mengatakan demikian yaitu Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan semua persetujuan yang dibuat secara sah,

berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya.<sup>2</sup> Di sini secara jelas dapat diketahui bahwa setiap orang atau badan hukum membuat suatu perjanjian maka ia terikat untuk melaksanakan apa yang telah disepakatinya tersebut.

Dalam perjanjian berlangganan jasa telekomunikasi, perjanjian yang disepakati adalah perjanjian yang isinya telah ditentukan secara sepihak oleh pihak penyelenggara jasa telekomunikasi yaitu PT. Telkom. Perjanjian jenis ini disebut dengan perjanjian baku atau *standard clause*.<sup>3</sup> Posisi salah satu pihak, dalam hal ini konsumen jasa telekomunikasi, berada dalam posisi tawar yang lemah, ia tidak punya kekuatan untuk turut menentukan isi dari perjanjian yang akan disepakati. Bagi mereka dalam perjanjian tersebut terdapat dua pilihan yaitu ikut dalam perjanjian atau tidak (*take it or leave it*). Kekuasaan yang lebih besar ada pada pihak penyelenggara jasa. Kedudukan yang tidak seimbang itulah yang menyebabkan seringkali terjadi kerugian bagi pihak konsumen jasa telekomunikasi.

Kegiatan perlindungan konsumen khususnya terhadap konsumen jasa telekomunikasi sejak dini memang harus dikembangkan dan digiatkan, perlindungan konsumen yang baik akan datang dari segenap lapisan dan kelompok masyarakat. Pemerintah dalam fungsinya sebagai pengayom jelas mempunyai tugas melindungi masyarakat sebagai konsumen. Pengusaha

---

<sup>2</sup> Subekti, Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta, 1999, halaman 342.

<sup>3</sup> Abdulkadir Muhammad, *Perjanjian Baku Dalam Praktek Perusahaan Perdagangan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992, halaman 7.

(produsen) dalam hal ini PT. Telkom wajib mempunyai rasa tanggung jawab sosial dengan mentaati Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan berusaha agar jasa yang ditawarkan kepada konsumen jasa telekomunikasi tidak menimbulkan akibat yang merugikan ataupun membahayakan konsumen jasa telekomunikasi. Dari pihak konsumen jasa telekomunikasi sendiri jelas diperlukan juga usaha untuk dapat melindungi diri dari pihak PT. Telkom yang barangkali sewaktu-waktu entah sengaja atau tidak dapat merugikan mereka, yaitu dengan menggunakan prinsip kehati-hatian.

Terhadap fasilitas-fasilitas telekomunikasi yang diberikan oleh PT. Telkom kepada konsumen jasa telekomunikasi yang sering disebut pelanggan, sebelumnya PT. Telkom sebaiknya memberikan informasi yang jelas tentang fasilitas-fasilitas tersebut sehingga tidak terjadi penyesalan di kemudian hari bagi pelanggan yang mungkin merasa tertipu dengan penawaran fasilitas tersebut karena ternyata pelanggan merasa dirugikan. Pelanggan juga diharapkan benar-benar memperhatikan informasi yang diberikan demi kenyamanan menggunakan fasilitas tersebut, pelanggan juga diharapkan beritikad baik dalam berlangganan.

Undang-Undang Telekomunikasi beserta peraturan pelaksana lainnya diharapkan konsisten dalam melindungi kepentingan konsumen jasa telekomunikasi. Tentunya dengan telah dikeluarkannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen beserta peraturan pelaksana lainnya akan semakin

menguatkan akan betapa pentingnya perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi. Undang-Undang Telekomunikasi juga diharapkan konsisten dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam membahas masalah perlindungan hukum bagi konsumen jasa telekomunikasi. Selain konsisten, Undang-Undang Telekomunikasi dalam pelaksanaannya juga diharapkan bisa efektif dalam melindungi kepentingan konsumen jasa telekomunikasi. Hal inilah yang menjadi motivasi bagi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “ Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi dan Efektivitasnya “.

## **B. Perumusan dan Pembatasan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian, maka permasalahan pokok yang akan dikaji dalam tesis ini adalah :

1. Bagaimanakah konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi?
2. Bagaimanakah konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
3. Bagaimanakah efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi?

### **C. Tujuan Penelitian**

Secara umum, tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan mengungkapkan mengenai konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi dan efektivitasnya. Sedangkan secara khusus, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mengkaji konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi.
2. Untuk mengetahui dan mengkaji konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
3. Untuk mengetahui dan mengkaji efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian mengenai konsistenitas Undang-Undang Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi dan efektivitasnya ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik dari segi praktis maupun segi teoritis, yaitu :



1. Dari sudut teoritis :

Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya Ilmu Hukum (Hukum Bisnis) tentang konsistensi Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi dan efektivitasnya.

2. Dari sudut praktis :

- a. Agar masyarakat pada umumnya mengetahui bagaimana konsistensi Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi.
- b. Memberikan penjelasan kepada masyarakat tentang konsistensi Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- c. Memberikan gambaran mengenai efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi.

#### **E. Kerangka Pemikiran**

Hukum sebagai salah satu aspek kehidupan manusia tumbuh dan berkembang seiring dengan perkembangan masyarakat. Laju perkembangan masyarakat yang ditunjang oleh ilmu pengetahuan dan teknologi modern akan selalu menuntut diadakannya pembaharuan, agar ketentuan hukum yang

berlaku senantiasa konsisten dan konsekwen. Demikianlah Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 menggantikan kedudukan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi yang menjadi dasar hukum dalam penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia dengan dibantu oleh beberapa peraturan pelaksana lainnya diharapkan bisa memberikan pembaharuan dalam dunia pertelekomunikasian di tanah air ke arah lebih baik lagi.

Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi diartikan apakah Undang-Undang Telekomunikasi tersebut konsisten dalam mengakomodasi kepentingan-kepentingan konsumen jasa telekomunikasi baik dilihat dalam hal asas dan tujuan penyelenggaraan jasa telekomunikasi, kewajiban penyelenggara jasa telekomunikasi terhadap konsumen jasa telekomunikasi, serta sanksi yang berlaku bagi penyelenggara jasa telekomunikasi. Dalam pengertian bahwa konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi bisa kita lihat dari segi substansi hukumnya.

Apabila suatu ketentuan dikatakan konsisten dengan ketentuan yang menjadi dasar pembentukannya berarti apa yang diatur di dalam peraturan tersebut mengacu pada peraturan yang menjadi dasarnya tersebut. Bila kita mengkaji konsistenitas antara Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen maka hal ini dapat kita lihat dari Pasal-Pasal yang diatur dalam kedua peraturan tersebut.

Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dimaksud yaitu apakah Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tersebut sudah selaras/ sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam rangka perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi di Indonesia.

Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam kaitannya dengan perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi, bisa dilihat dalam hal penjaminan hak-hak konsumen jasa telekomunikasi, diperbolehkannya perjanjian baku, serta penyelesaian sengketa antara konsumen jasa telekomunikasi dengan penyelenggara jasa telekomunikasi.

Suatu peraturan perundang-undangan akan menjadi efektif apabila dalam perbuatan maupun implementasinya didukung oleh sarana-sarana yang memadai. Oleh karena itu kita tidak cukup hanya memahami hukum dalam wujud rumusan-rumusan yang tertulis melainkan hukum sebagai gejala empirik yang tampak dan berlaku dalam masyarakat.

Ukuran suatu hasil perbuatan dikatakan efektif apabila menimbulkan akibat hasil dan mencapai maksud sebagaimana yang diinginkan jitu atau tepat mengenai sasaran yang dituju. Efektif atau tidaknya suatu peraturan perundang-undangan sangat erat kaitannya dengan masalah-masalah yang timbul selama waktu pengimplementasiannya. Keadaan ini

disebabkan karena proses implementasi selalu mengakibatkan lingkungan dan kondisi yang berbeda.

Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi bisa dilihat dalam hal efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 bagi konsumen jasa telekomunikasi serta bagi penyelenggara jasa telekomunikasi, apakah sudah efektif atau belum dalam rangka melindungi konsumen jasa telekomunikasi.

Hukum diperlukan dalam kehidupan bermasyarakat untuk mengatur tata kehidupan dan hubungan kepentingan antara individu, melalui peraturan atau undang-undang ( dalam arti hukum positif). Dengan demikian peraturan atau undang-undang harus dapat memberikan kepastian hukum dan rasa keadilan bagi masyarakat, termasuk masyarakat yang melakukan kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi yang ada di dalam masyarakat pada hakikatnya merupakan rangkaian pelbagai perbuatan hukum. Perbuatan hukum tersebut tentu saja dapat menimbulkan hubungan hukum yang akhirnya muncul pelbagai akibat hukum sesuai dengan jenis perjanjian, objek.

Kegiatan-kegiatan dalam masyarakat itu memerlukan seperangkat aturan hukum untuk mengatur hubungan-hubungan kegiatan tersebut agar terjamin kepastian dan keadilan. Hukum yang dimaksud di sini dalam arti hukum positif yaitu hukum yang berlaku sekarang bagi suatu masyarakat tertentu. Sedangkan yang dimaksud hubungan hukum adalah hubungan-hubungan yang mempunyai akibat hukum. Jadi di sini kita akan melihat adanya hubungan hukum yang terjadi antara PT. Telkom sebagai produsen

(penyedia jasa telekomunikasi/ *provider*) dengan konsumen jasa telekomunikasi.

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara materiil maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran tersebut, akhirnya baik langsung maupun tidak langsung, maka konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya.<sup>4</sup>

Hukum perlindungan konsumen muncul karena untuk melindungi kedua belah pihak dari perbuatan yang tidak bertanggung jawab, terutama sekali melindungi konsumen dari itikad yang tidak baik dari produsen, karena sering kali lemahnya posisi konsumen, di antaranya karena perjanjian baku yang diadakan di antara keduanya.

Di dalam perjanjian baku yang sering terjadi antara produsen dengan konsumen, kedudukan produsen dan konsumen sangat tidak seimbang. Posisi monopoli pengusaha atau produsen membuka peluang yang luas baginya untuk mengatur hak-hak dan kewajibannya. Di pihak lain perjanjian baku hanya memuat sejumlah kewajiban-kewajiban yang harus dipikul oleh konsumen.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Sri Redjeki Hartono, Dalam Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Kapita Selekta Hukum Ekonomi*, Mandar Maju, Bandung, 2000, halaman 78.

<sup>5</sup> Muchammad Yani, Makalah, *Kode Etik Perjanjian Penjualan Di Indonesia*, Purwokerto, 1995.

Di dalam suatu sistem hukum, biasanya ada tiga unsur penting yang harus kita perhatikan, yaitu struktur hukum, substansi hukum, dan kultur hukum. Struktur hukum adalah pola yang memperlihatkan tentang bagaimana hukum itu dijalankan menurut ketentuan-ketentuan formalnya. Struktur ini memperlihatkan bagaimana pengadilan, pembuatan hukum dan lain-lain badan serta proses hukum itu berjalan dan dijalankan. Substansi hukum adalah peraturan-peraturan yang dipakai oleh para pelaku hukum pada waktu melakukan perbuatan-perbuatan serta hubungan-hubungan hukum. Kultur hukum adalah sikap dan nilai-nilai yang menjadi pegangan masyarakat yang akan menentukan apakah pengadilan akan dimanfaatkan atau tidak dalam menghadapi suatu masalah hukum.

Dalam rangka membicarakan efektivitas Undang-Undang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi, maka dari segi struktur hukum kita bisa melihat bagaimana PT. Telekomunikasi Indonesia menjalankan fungsinya sebagai salah satu badan penyelenggara telekomunikasi yang juga berhubungan langsung dengan konsumen jasa telekomunikasi di Indonesia apakah benar-benar berpedoman pada Undang-Undang Telekomunikasi atau tidak. Dari segi substansi hukum kita bisa melihat apakah ketentuan-ketentuan dalam Undang-Undang Telekomunikasi telah mengakomodasi kepentingan-kepentingan konsumen jasa telekomunikasi, seperti bagaimana sanksi-sanksi yang diatur dalam Undang-Undang tersebut apakah terlalu berat atau terlalu ringan, apakah ketentuan-ketentuan dalam Undang-Undang Telekomunikasi tersebut

konsisten dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dari segi kultur hukum maka kita akan melihat jika sewaktu-waktu terjadi sengketa hukum antara penyelenggara telekomunikasi (dalam hal ini PT. Telkom) dengan masyarakat sebagai konsumen jasa telekomunikasi, maka jalur apakah yang akan digunakan masyarakat dalam menyelesaikan sengketa hukum tersebut, apakah melalui lembaga pengadilan atau lembaga di luar pengadilan.

Ukuran suatu hasil perbuatan dikatakan efektif apabila menimbulkan akibat hasil dan mencapai maksud sebagaimana yang diinginkan jitu atau tepat mengenai sasaran yang dituju. Efektif atau tidaknya suatu peraturan perundang-undangan sangat erat kaitannya dengan masalah-masalah yang timbul selama waktu pengimplementasiannya. Keadaan ini disebabkan karena proses implementasi selalu mengakibatkan lingkungan dan kondisi yang berbeda.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Metode Pendekatan**

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif yang bertumpu pada data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari bahan pustaka dan dilengkapi dengan pendekatan yuridis

empiris yang bertumpu pada data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari masyarakat.<sup>6</sup>

Penelitian yuridis normatif digunakan karena dalam penelitian ini akan berusaha menemukan sampai sejauh mana hukum positif berlaku dalam membahas masalah perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi, untuk itu diperlukan penelitian yang berupa inventarisasi hukum positif. Penelitian ini berusaha menemukan apakah Undang-Undang Telekomunikasi itu konsisten dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi. Selain itu apakah Undang-Undang Telekomunikasi tersebut konsisten terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam rangka melindungi konsumen jasa telekomunikasi.

Pendekatan yuridis empiris digunakan untuk mengetahui efektivitas dari hukum dalam perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah Undang-Undang Telekomunikasi tersebut telah efektif atau belum dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi.

## **2. Spesifikasi Penelitian**

Spesifikasi penelitian dari tesis ini merupakan penelitian deskriptif analisis, karena bertujuan memberikan gambaran tentang

---

<sup>6</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*, Rajawali Pers, Jakarta, 1990, halaman 14.



suatu masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu atau gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih. Biasanya, penelitian deskriptif analisis seperti ini menggunakan metode *survey*, akan berusaha memberikan data yang seteliti mungkin tentang suatu keadaan<sup>7</sup>, yaitu mengenai konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi, konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, juga mengenai efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi.

Selanjutnya data yang telah diperoleh akan dianalisa untuk memperoleh suatu gambaran yang faktual dan akurat terhadap pelbagai aspek hukum yang mengatur pelaksanaan konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi dan efektivitasnya. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk membuat gambaran secara menyeluruh dan sistematis mengenai pelaksanaan konsistenitas Undang-Undang Nomor

---

<sup>7</sup> Artherton dan Klemack, Dalam Irawan Suhartono, *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*, Remaja Rosdakarya, 1998, halaman 63.

36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa Telekomunikasi dan efektivitasnya.

### 3. Metode Penentuan Sampel

Populasi adalah seluruh obyek atau seluruh individu atau seluruh gejala atau kejadian atau seluruh unit yang diteliti.<sup>8</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat sebagai pelanggan/ konsumen jasa telekomunikasi, PT. Persero Telekomunikasi Indonesia sebagai instansi yang terkait dengan konsumen jasa telekomunikasi serta lembaga konsumen swadaya masyarakat sebagai lembaga pemerhati nasib konsumen.

Sedangkan teknik yang dipakai untuk memilih sebagian kecil dari keseluruhan obyek penelitian adalah *purposive sampling* yang artinya sampel telah ditentukan terlebih dahulu berdasarkan obyek yang diteliti. Konkritnya akan ditentukan siapa saja yang terlibat dalam masalah perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi. Sedangkan obyek yang dimaksud adalah 50 orang pelanggan/ konsumen jasa telekomunikasi di Semarang, PT. Telekomunikasi Indonesia Divre IV Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta yang berkedudukan di Semarang serta Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) yang juga berkedudukan di Semarang.

---

<sup>8</sup> Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990, halaman 51.

Penulis menetapkan 50 pelanggan/ konsumen jasa telekomunikasi sebagai obyek penelitian atau sampel dikarenakan populasi pelanggan/ konsumen jasa telekomunikasi di Semarang tersebar di suatu wilayah geografis yang relatif luas, maka penulis hanya mengambil 50 pelanggan mengingat keterbatasan waktu, tenaga dan biaya yang penulis miliki.

Penarikan sampelnya dilakukan secara *multistage sampling*<sup>9</sup> yaitu penarikan sampel dilakukan secara bertahap, yang terdiri dari dua tahap atau lebih. Pertama-tama populasi dibagi ke dalam unit-unit tertentu, darimana sampel ditarik, untuk kemudian pada tahap keduanya dari setiap unit tersebut ditarik lagi sampelnya. Dengan demikian akan dapat disusun unit-unit *sampling* secara hierarkhis, sesuai dengan pentahapan *sampling*.

Sedangkan yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah:

- ⇒ Kepala Kantor Daerah Telekomunikasi Divisi Regional IV Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta yang berkedudukan di Semarang.
- ⇒ Direktur Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) yang juga berkedudukan di Semarang.
- ⇒ 50 pelanggan/ konsumen jasa telekomunikasi di Semarang, khususnya wilayah Semarang Selatan.

---

<sup>9</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1985, halaman 192.

#### **4. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, yang akan diperoleh melalui studi kepustakaan dan studi lapangan. Data sekunder, antara lain mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku hasil penelitian yang berwujud laporan, sedangkan data primer diperoleh langsung dari sumber pertama, yaitu perilaku warga masyarakat, melalui penelitian.<sup>10</sup>

Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka metode pengumpulan data meliputi :

##### **a. Studi Kepustakaan**

Pengumpulan data melalui studi kepustakaan ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang bersumber dari :

##### **1. Bahan Hukum Primer**

- 1.1. Keseluruhan peraturan hukum yang menjadi dasar bagi konsistensi Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi dan efektivitasnya .
- 1.2. Dokumen perjanjian.

---

<sup>10</sup> Ibid, halaman 12.

## **2. Bahan Hukum Sekunder**

- 2.1. Literatur yang sesuai dengan masalah penelitian.
- 2.2. Hasil penelitian yang berupa laporan tertulis.
- 2.3. Makalah-makalah ilmiah, pelbagai bahan seminar dan tulisan ilmiah yang ada kaitannya dengan penelitian.

## **3. Bahan Hukum Tersier**

- 3.1. Kamus dan Ensiklopedia.

### **b. Studi Lapangan**

Studi lapangan adalah cara memperoleh data yang bersifat primer.<sup>11</sup> Dalam hal ini akan diusahakan untuk memperoleh data lapangan dengan mengadakan tanya jawab (wawancara) yaitu cara untuk memperoleh informasi dengan bertanya langsung pada yang diwawancarai<sup>12</sup> dan mengajukan daftar pertanyaan. Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan responden yang telah ditunjuk. Hasil studi lapangan ini diharapkan dapat memberikan kejelasan dalam praktik tentang konsistensi Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi dan efektivitasnya.

---

<sup>11</sup> Ronny Hanitijo Soemitro, Op. Cit, halaman 98.

<sup>12</sup> Ibid, halaman 57.

## 5. Metode Pengolahan dan Analisa Data

Setelah data yang diperlukan terkumpul, maka akan diidentifikasi dan digolongkan sesuai dengan permasalahan. Data yang diperoleh kemudian disusun secara sistematis untuk selanjutnya di analisa secara kualitatif, untuk mencapai kejelasan masalah yang akan dibahas.<sup>13</sup>

Dalam menganalisa data penelitian ini dipergunakan metode analisis kualitatif. Analisis kualitatif yaitu suatu tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif analitis, yaitu apa yang dinyatakan oleh responden secara tertulis atau lisan, dan juga perilakunya yang nyata, yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh.<sup>14</sup>

### G. Sistematika Penulisan

Sebagai hasil dari penelitian ini, maka akan disusun dan disajikan dalam suatu karya ilmiah berupa tesis yang terdiri dari 4 (empat) bab. Untuk memudahkan pemahaman terhadap tesis ini, maka akan disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut : **Bab I Pendahuluan**, bab ini merupakan pengantar dan pedoman untuk pembahasan-pembahasan berikutnya yang terdiri dari Latar Belakang, Perumusan dan Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian yang terdiri dari Metode

---

<sup>13</sup> Ibid, halaman 116.

<sup>14</sup> Soerjono Soekanto, Op. Cit, halaman 250.

Pendekatan, Spesifikasi Penelitian, Metode Penentuan Sampel, Metode Pengumpulan Data, Metode Pengolahan dan Analisa Data. **Bab II Tinjauan Pustaka**, yang berisi uraian tentang Tinjauan Umum Mengenai Telekomunikasi terdiri dari Sejarah Telekomunikasi Di Indonesia, Pengaturan Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi Di Indonesia, Pengertian Telekomunikasi dan Jasa Telekomunikasi (uraian terdiri dari Pengertian Telekomunikasi, Pengertian Jasa Telekomunikasi), Asas Penyelenggaraan Telekomunikasi, Penyelenggaraan Telekomunikasi Di Indonesia (uraian terdiri dari Penyelenggaraan Jaringan Telekomunikasi, Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi, Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi Khusus), Perkembangan Industri Telekomunikasi Di Indonesia, Perkembangan Teknologi Telekomunikasi Di Indonesia (uraian terdiri dari Telepon Tetap (*fixed telephone*)), Teknologi Komunikasi Tulisan, Teknologi Sirkuit Langganan, Teknologi Pasopati, Teknologi Satelit, Telekomunikasi Bergerak Selular (*mobile communication*), Teknologi Informasi Multimedia), Hak dan Kewajiban Penyelenggara Telekomunikasi dan Masyarakat (uraian terdiri dari Hak Penyelenggara Telekomunikasi, Kewajiban Penyelenggara Telekomunikasi, Hak Masyarakat Sebagai Pengguna/ Pemakai Jaringan/ Jasa Telekomunikasi), Perjanjian Antara PT. Telkom Dengan Konsumen Jasa Telekomunikasi, Sanksi Menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi. Sub bab kedua merupakan

Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen terdiri dari Perlindungan Konsumen Di Indonesia (uraian terdiri dari Perlindungan Konsumen Secara Umum, Perlindungan Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen), Asas Perlindungan Konsumen, Tujuan Perlindungan Konsumen, Hubungan Hukum Antara Konsumen dan Produsen (uraian mengenai Hak dan Kewajiban Konsumen, Hak dan Kewajiban Produsen), Perlindungan Konsumen Terhadap Perjanjian Baku, Perlindungan Konsumen Di Indonesia (uraian terdiri dari Pembinaan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen Di Indonesia, Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen Di Indonesia), Perlindungan Produsen Terhadap Itikad Tidak Baik Konsumen, Sanksi Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Penyelesaian Sengketa Antara Produsen dan Konsumen. Sub bab ketiga merupakan Tinjauan Umum Mengenai Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi Dan Efektivitasnya uraian mengenai Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi, Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi



Konsumen Jasa Telekomunikasi. **Bab III Hasil Penelitian dan Pembahasan**, dalam bab ini akan diuraikan mengenai hasil penelitian tentang Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi Dan Efektivitasnya yang terdiri dari Gambaran Umum PT. Telekomunikasi Indonesia, Produk-Produk Telekomunikasi Yang Disediakan PT. Telkom, Kasus-kasus Pengaduan Konsumen Jasa Telekomunikasi, Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi (uraian terdiri dari Konsistenitas Dalam Hal Asas dan Tujuan Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi, Konsistenitas Dalam Hal Kewajiban Penyelenggara Jasa Telekomunikasi, Konsistenitas Dalam Hal Pemberian Sanksi Bagi Penyelenggara Jasa Telekomunikasi), Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (uraian terdiri dari Konsistenitas Dalam Hal Penjaminan Hak-Hak Konsumen Jasa Telekomunikasi, Konsistenitas Dalam Hal Diperbolehkannya Perjanjian Baku, Konsistenitas Dalam Hal Penyelesaian Sengketa Konsumen Jasa Telekomunikasi Dengan Penyelenggara Jasa Telekomunikasi), Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi (uraian terdiri dari Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999

Bagi Konsumen Jasa Telekomunikasi, Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Bagi Penyelenggara Jasa Telekomunikasi). Sementara **Pembahasan** terdiri dari Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi (uraian terdiri dari Konsistenitas Dalam Hal Asas dan Tujuan Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi, Konsistenitas Dalam Hal Kewajiban Penyelenggara Jasa Telekomunikasi, Konsistenitas Dalam Hal Pemberian Sanksi Bagi Penyelenggara Jasa Telekomunikasi), Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (uraian terdiri dari Konsistenitas Dalam Hal Penjaminan Hak-Hak Konsumen Jasa Telekomunikasi, Konsistenitas Dalam Hal Diperbolehkannya Perjanjian Baku, Konsistenitas Dalam Hal Penyelesaian Sengketa Konsumen Jasa Telekomunikasi Dengan Penyelenggara Jasa Telekomunikasi), Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi (uraian terdiri dari Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Bagi Konsumen Jasa Telekomunikasi, Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Bagi Penyelenggara Jasa Telekomunikasi).

**Bab IV Penutup**, terdiri dari Kesimpulan yang merupakan jawaban dari permasalahan yang ada. Apabila berdasarkan pembahasan

ditemukan kesimpulan negatif, maka sudah seyogyanya penulis memberikan saran sebagai pelengkap “urun rembug”. Tetapi apabila tidak ditemukan kesimpulan negatif, maka penulis beranggapan kurang tepat untuk menempatkan saran dalam tesis ini.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Umum Mengenai Telekomunikasi

##### 1. Sejarah Telekomunikasi Di Indonesia

Pembangunan sarana telekomunikasi di Indonesia untuk pertama kalinya dimulai pada jaman penjajahan Belanda yaitu pada tanggal 23 Oktober 1855 berupa pembangunan jaringan *telegraph electromagnet*, jaringan tersebut menghubungkan Batavia (Jakarta) dan *Buitenzorg* (Bogor). Dua tahun kemudian dibuka jaringan Jakarta-Surabaya dengan cabang Semarang-Ambarawa.<sup>15</sup> Dua puluh lima tahun kemudian tepatnya tahun 1882 mulailah dibuka jaringan telepon pertama, namun baru sebatas telepon lokal.

Meskipun baru sebatas telepon lokal, namun sangat membantu dalam proses informasi. Pengiriman informasi akan lebih cepat diterima melalui telepon selain memakan biaya relatif lebih murah juga menghemat tenaga. Jarak lokasi yang tidak begitu jauh akan terasa lebih dekat dengan menggunakan telepon. Para pihak yang sedang berhubungan tidak mesti harus saling bertatap muka secara langsung.

Hubungan telepon lokal digunakan pertama kali pada tanggal 16 Oktober 1882 dan diselenggarakan oleh perusahaan swasta. Jaringan

---

<sup>15</sup> PT. Telkom & IKAL, *Telekomunikasi Indonesia, Sejarah, Perkembangan, dan Proyeksi Ke Depan*, 1997, halaman xx.

telepon tersebut membentang antara Gambir dan Tanjung Priok di Batavia, disusul dua tahun kemudian hubungan telepon di Semarang dan Surabaya. Khusus untuk hubungan telepon interlokal, perusahaan *Intercommunal Telefoon Maatschappij* memperoleh konsensi selama dua puluh lima tahun untuk hubungan Batavia-Semarang, selanjutnya Batavia-Surabaya, disusul Batavia-Bogor dan kemudian Bandung-Sukabumi. Jaringan telepon itu semula menggunakan sistem baterai lokal dan kawat tunggal yang terpasang di atas permukaan tanah sehingga sering mengalami gangguan. Pembaharuan dan modernisasi kemudian dilaksanakan, pemasangan kabel jarak jauh diterapkan di bawah permukaan tanah, kawat tunggal diganti dengan kawat sepasang dan menggunakan sistem baterai sentral.<sup>16</sup>

Pengembangan jaringan telepon pada jaman penjajahan yang hanya diperuntukkan bagi kota-kota besar saja mengakibatkan penyebaran jaringan telepon yang tidak merata, setelah diambil alih oleh pemerintah Republik Indonesia maka penyebaran jaringannya mulai menembus kota-kota kecil. Perkembangan yang pesat pada jaringan telekomunikasi telah menghasilkan produk-produk baru telekomunikasi.

Begitulah telekomunikasi selama sejarah perkembangannya tidak hanya akan mengubah cara memperoleh informasi, tetapi juga akan mengubah cara manusia bekerja, belajar dan mengajar, berbelanja, melawat dan bepergian, memberi jasa sosial, legal dan medis, juga cara

---

<sup>16</sup> Ramadhan K.H., Sugiarta Sriwibawa, Abrar Yusra, *Dari Monopoli Menuju Kompetisi*, Grasindo, Jakarta, 1994, halaman 7, 8.

menjaga anak-anak dan orang usia lanjut. Telekomunikasi akan berpengaruh pada kehidupan, menjadi sebagian dari lingkungan kultural dan sebagian dari lingkungan mental (*noosfer*) kita.<sup>17</sup>

Semakin pesatnya perkembangan teknologi juga seiring dengan pertumbuhan kemajuan budaya kehidupan masyarakat. Tuntutan terhadap tersedianya jasa telekomunikasi beriringan dengan pertumbuhan perbaikan kehidupan ekonomi masyarakat. Dengan kata lain bahwa pembangunan bidang ekonomi tidak boleh tidak harus sejalan dengan pembangunan sarana telekomunikasinya.

## **2. Pengaturan Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi Di Indonesia**

Pengaturan penyelenggaraan jasa telekomunikasi di Indonesia tertuang dalam berbagai peraturan perundang-undangan. Pada mulanya penyelenggaraan jasa telekomunikasi diatur oleh Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi dengan peraturan pelaksanaannya yaitu Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1993 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi serta beberapa peraturan lainnya yang dinyatakan sudah tidak berlaku lagi.

Meskipun beberapa materi dari Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi masih ada yang relevan, namun karena adanya perubahan orientasi dalam penyelenggaraan telekomunikasi di

---

<sup>17</sup> T. Jacob, *Manusia Ilmu dan Teknologi Pergumulan Abadi Dalam Perang dan Damai*, PT. Tiara Wacana, Yogyakarta, 1993, halaman 13, 14.

Indonesia juga karena perkembangan di bidang ekonomi serta kemampuan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya teknologi telekomunikasi dan dengan adanya konvergensi teknologi antara telekomunikasi, komputer, elektronika, dan penyiaran, telah terjadi perubahan lingkungan penyelenggaraan telekomunikasi global yang ditandai dengan lahirnya peralatan telekomunikasi yang canggih dan jasa-jasa telekomunikasi baru, antara lain jasa multimedia, jasa telematika, jasa satelit, dan juga telah melahirkan era multi operator, membuat Undang-Undang tersebut secara dasar perlu diubah dan disesuaikan karena bisa dikatakan ketinggalan jaman.

Peraturan penyelenggaraan jasa telekomunikasi sekarang yang berlaku yaitu :

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi.
- Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2000 tentang Pengembangan dan Pendayagunaan Telematika Di Indonesia.
- Keputusan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor KM 30/2000 tentang Tarif Jasa Telekomunikasi Personal Bergerak Global Melalui satelit (*Global Mobile Personal Communication by Satellite*) Ganda.

- Keputusan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor KM 19/ 2001 tentang Tarif Jasa Telepon Tetap Dalam Negeri dan Birofax Dalam Negeri.
- Keputusan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor KM 21/ 2001 tentang Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi.
- Keputusan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor KM 12/ 2002 tentang Penyempurnaan Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi Republik Indonesia Nomor KM 79/ PR. 301/ MPPT. 95 tentang Tata Cara Penyesuaian Tarif Dasar Jasa Telekomunikasi Dalam Negeri.
- Surat Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PK. 304/ 1/ 3/ PHB- 2002 tentang Kenaikan Tarif Jasa Telepon I Dasar Jaringan Tetap Dalam Negeri Tahun 2002.
- Di samping ketentuan-ketentuan tersebut, dalam hubungannya antara konsumen jasa telekomunikasi dengan penyelenggara jasa telekomunikasi ada dasar hukum berupa perjanjian di antara mereka.

### **3. Pengertian Telekomunikasi dan Jasa Telekomunikasi**

#### **a. Pengertian Telekomunikasi**

Ditinjau dari segi bahasa (secara harafiah), istilah telekomunikasi terdiri dari dua kata, yaitu *tele* yang berarti jauh atau alat dan *komunikasi* yang berarti pengiriman dan penerimaan pesan atau beita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan



yang dimaksud dapat dipahami.<sup>18</sup> Pengiriman dan penerimaan pesan yang dimaksud yaitu melalui sistem kawat, bisa menggunakan telegrap, telepon, radio dan alat telekomunikasi lainnya. Menurut Gouzali<sup>19</sup> telekomunikasi adalah suatu upaya penyampaian berita dari satu tempat ke tempat yang lain (jarak jauh) yang mempergunakan alat atau media elektronik.

Di dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi, pengertian telekomunikasi dirumuskan sebagai setiap pemancaran, pengiriman, dan/ atau penerimaan dari setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara, dan bunyi melalui sistem kawat, optik, radio, atau sistem elektromagnetik lainnya.

Dalam pengertian lainnya, telekomunikasi berarti pengiriman berita atau informasi antara satu titik tertentu atau lebih dengan titik lainnya oleh pengguna dengan suatu alat tertentu tanpa para pihak harus bertatap muka secara langsung, jelas ini sangat dibutuhkan pada saat sekarang dimana orang-orang lebih mementingkan peghematan waktu dan tenaga.

Dari pengertian-pengertian di atas dapat kita simpulkan bahwa yang dimaksud dengan telekomunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan jarak jauh dengan menggunakan sistem elektromagnetik.

---

<sup>18</sup> Dikutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta, 1995, halaman 1024.

<sup>19</sup> Gouzali Saydam, Bc. TT., *Sistem Telekomunikasi Di Indonesia*, Angkasa Bandung, 1995, halaman 5.

## **b. Pengertian Jasa Telekomunikasi**

Secara umum, yang dimaksud dengan jasa telekomunikasi yaitu jasa yang diberikan oleh penyelenggara telekomunikasi berupa jaringan telekomunikasi kepada konsumen jasa telekomunikasi, yang berguna untuk memenuhi kebutuhan konsumen jasa telekomunikasi.

Selanjutnya menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tersebut, yang dimaksud dengan jasa telekomunikasi yaitu jasa layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan bertelekomunikasi dengan menggunakan jaringan telekomunikasi.

Dari pengertian-pengertian di atas dapat kita simpulkan bahwa jasa telekomunikasi yaitu jasa yang diberikan oleh penyelenggara telekomunikasi yang diperuntukkan bagi konsumen jasa telekomunikasi berupa jaringan telekomunikasi karena mereka membutuhkannya. Jasa telekomunikasi yang diberikan oleh penyelenggara telekomunikasi bermacam-macam seperti jasa telepon baik telepon tetap maupun telepon bergerak selular dari yang paling sederhana hingga dilengkapi dengan berbagai macam fitur (*supplementary*) dan nilai tambah lainnya, jasa komunikasi tulisan seperti telex dan telegram, jasa sirkit langganan (*leased channel*), jasa Pasopati, jasa satelit, jasa multimedia.

#### **4. Asas Penyelenggaraan Telekomunikasi**

Menurut Pasal 2 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, telekomunikasi diselenggarakan berdasarkan asas manfaat, adil dan merata, kepastian hukum, keamanan, kemitraan, etika, dan kepercayaan pada diri sendiri. Mengandung arti bahwa penyelenggaraan telekomunikasi itu harus bermanfaat bagi seluruh masyarakat, pembangunan sarannya harus bisa menjangkau pelosok terpencil sekalipun di tanah air, penyelenggaraan telekomunikasi harus menjamin kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat di dalamnya, keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan fasilitas telekomunikasi harus tetap diperhatikan khususnya oleh pihak penyelenggara jasa.

Dalam menghadapi persaingan global kita harus percaya bahwa kita memiliki perangkat telekomunikasi sendiri yang bisa membawa kita ikut dalam kehidupan global tersebut. Bahwa kemitraan antara penyelenggara jasa telekomunikasi yang besar dengan penyelenggara jasa telekomunikasi yang kecil harus tetap terbina demi kemajuan dunia pertelekomunikasian di Indonesia.

Dalam penyelenggaraan telekomunikasi juga harus dilandasi oleh semangat profesionalisme, kesusilaan, kejujuran serta keterbukaan (perlunya diperhatikan etika dalam dunia pertelekomunikasian) sehingga penyelenggaraan telekomunikasi bisa terlaksana dengan baik.

## **5. Tujuan Penyelenggaraan Telekomunikasi**

Sementara tujuan penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia menurut Pasal 3 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999, yaitu untuk mendukung persatuan dan kesatuan bangsa, meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat secara adil dan merata, mendukung kehidupan ekonomi dan kegiatan pemerintahan, serta meningkatkan hubungan antarbangsa.

Melalui pembaharuan di dunia pertelekomunikasian dengan meningkatkan kinerja penyelenggaraan telekomunikasi serta membuka peluang bagi pengusaha menengah dan kecil untuk ikut meramaikan dunia pertelekomunikasian dalam rangka menghadapi pasar bebas, mudah-mudahan tujuan dari penyelenggaraan telekomunikasi seperti yang tercantum dalam Pasal 3 Undang-Undang Telekomunikasi tersebut bisa terlaksana dengan mudah.

## **6. Penyelenggaraan Telekomunikasi Di Indonesia**

Sejak diundangkannya Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia mulai menghadapi perubahan dalam lingkungan globalnya. Perkembangannya bisa dikatakan cukup pesat. Salah satunya adalah dengan adanya penghapusan monopoli dalam penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia.

Hak eksklusif yang mula-mula diberikan kepada pihak-pihak tertentu seperti PT. Telekomunikasi Indonesia (PT. Telkom), PT. Indosat

serta PT. Satelindo (sebagai anak perusahaan PT. Indosat) dalam menyelenggarakan telekomunikasi di Indonesia masanya akan dipersingkat, pihak lain juga diberi kesempatan yang sama dalam menyelenggarakan telekomunikasi di Indonesia.

Sifat terbuka yang dianut oleh Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 juga memberikan kesempatan kepada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang lain bukan hanya PT. Telkom, Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) atau bahkan Swasta dan Koperasi yang lain untuk terlibat dalam bisnis telekomunikasi. Di sini berarti kesempatan juga terbuka untuk siapa saja yang mau ikut serta terjun dalam meramaikan dunia pertelekomunikasian di Indonesia.

#### **a. Penyelenggaraan Jaringan Telekomunikasi**

Penyelenggaraan jaringan telekomunikasi di Indonesia bisa dilakukan oleh berbagai badan hukum yang didirikan dalam rangka penyelenggaraan telekomunikasi yang tentunya sudah disahkan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Adapun badan hukum yang bisa menyelenggarakan jaringan telekomunikasi di Indonesia yaitu :

##### **1. Badan Usaha Milik Negara (BUMN).**

Hingga saat ini PT. Telekomunikasi Indonesia (PT. Telkom) adalah satu-satunya Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki wewenang menyelenggarakan telekomunikasi di Indonesia. Semula

penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia adalah monopoli PT. Telekomunikasi Indonesia (PT. Telkom) tetapi sekarang pihak swasta juga diberi kesempatan yang sama dalam penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia. Penyelenggaraan telekomunikasi oleh PT. Telkom di Indonesia dilakukan oleh 7 Divisi Regional yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia., yaitu Divisi Regional I Sumatera, Divisi Regional II Jakarta, Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten, Divisi regional IV Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta, Divisi Regional V Jawa Timur, Divisi Regional VI Kalimantan, dan Divisi Regional VII Kawasan Timur Indonesia.

2. Badan Usaha Milik Daerah (BUMD).

Hingga sekarang belum ada Badan Usaha Milik Daerah yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi di Indonesia.

3. Badan Usaha Swasta.

PT. Indosat dan anak perusahaannya PT. Satelindo, PT. Exelcomindo, PT. Telkomsel, PT. Ratelindo dan masih banyak lagi yang lain adalah Badan Usaha Swasta yang juga diberi wewenang untuk menyelenggarakan telekomunikasi di Indonesia. Persaingan antara PT. Telkom dengan Badan Usaha Swasta tersebut akan lebih menyemarakkan dunia pertelekomunikasian di Indonesia. Konsumen hanya tinggal memilih untuk menggunakan jasa telekomunikasi dari para penyelenggara jasa telekomunikasi tersebut.

4. Koperasi.

Sudah banyak Koperasi yang telah ikut meramaikan dunia pertelekomunikasian di Indonesia dengan menyelenggarakan jasa telekomunikasi. Biasanya mereka membuka warung telekomunikasi (Wartel) dari modal yang mereka miliki dan perkembangannya ternyata lumayan pesat.

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 52 tahun 2000 Pasal 9 Ayat 1, Penyelenggaraan jaringan telekomunikasi terdiri dari penyelenggaraan jaringan tetap dan penyelenggaraan jaringan bergerak. Penyelenggaraan jaringan tetap terdiri dari penyelenggaraan jaringan tetap lokal, penyelenggaraan jaringan tetap sambungan langsung jarak jauh, penyelenggaraan jaringan tetap sambungan internasional dan penyelenggaraan jaringan tetap tertutup. Sementara penyelenggaraan jaringan bergerak terdiri dari penyelenggaraan jaringan bergerak terestrial, penyelenggaraan jaringan bergerak selular, penyelenggaraan jaringan bergerak satelit.

#### **b. Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi**

Menurut Pasal 14 Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi, penyelenggaraan jasa telekomunikasi terdiri dari :

1. Penyelenggaraan Jasa Teleponi Dasar.
2. Penyelenggaraan Jasa Nilai Tambah Teleponi.
3. Penyelenggaraan Jasa Sirkuit Langganan.
4. Penyelenggaraan Jasa Satelit.
5. Penyelenggaraan Jasa Multimedia.

**c. Penyelenggaraan Telekomunikasi Khusus**

Penyelenggaraan telekomunikasi khusus di Indonesia, menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dapat dilakukan oleh :

**1. Perseorangan.**

Perseorangan dapat menyelenggarakan telekomunikasi sebatas hal itu memang untuk keperluan sendiri, seperti menyelenggarakan radio amatir atau komunikasi radio antar penduduk.

**2. Instansi Pemerintah.**

Instansi pemerintah menyelenggarakan telekomunikasi dilakukan untuk mendukung pelaksanaan tugas-tugas umum instansi tersebut, seperti komunikasi departemen atau komunikasi pemerintah daerah, untuk keperluan meteorologi dan geofisika.

**3. Badan hukum selain penyelenggara jaringan/ jasa telekomunikasi.**

Penyelenggaraan telekomunikasi khusus dilakukan oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), Badan Usaha Swasta atau Koperasi, misalnya telekomunikasi



pertambangan, telekomunikasi perkeretaapian atau telekomunikasi perbankan. Untuk keperluan siaran televisi, siaran radio, untuk keperluan navigasi, penerbangan, pencarian dan pertolongan bagi korban kecelakaan.

## **7. Perkembangan Industri Telekomunikasi Di Indonesia**

Perkembangan industri telekomunikasi di Indonesia masih bersifat privatisasi terbatas, dimana ini merupakan konsekuensi dari perubahan yang terjadi pada industri telekomunikasi global yang harus diikuti oleh industri telekomunikasi di Indonesia. Sehingga akibat dari hal tersebut adalah terciptanya suatu struktur industri telekomunikasi yang khas Indonesia, dengan memadukan kepentingan nasional bagi industri telekomunikasi global.

Menurut Joko Sugiarsono<sup>20</sup> tidak ada yang menyangkal, industri telekomunikasi nasional merupakan industri yang bukan hanya strategis, melainkan juga menjanjikan peluang bisnis yang besar. Buktinya, di tengah terpuruknya kebanyakan sektor industri lain, justru makin banyak pebisnis yang ikut terjun ke bisnis telekomunikasi dari yang berinvestasi gede-gedean untuk membangun jaringan telekomunikasi dan menghadirkan teknologi mutakhir, hingga mereka yang menekuni sektor jasa turunannya seperti *content provider*.

---

<sup>20</sup> Joko Sugiarsono, *Telekomunikasi Bisnis Tak Kenal Krisis*, Suplemen Majalah SWA, Edisi 8 April 2003.

Selanjutnya Joko Sugiwarsono<sup>21</sup> mengatakan bahwa tidak bisa dipungkiri, *euforia* ini juga muncul lantaran perubahan kebijakan pemerintah di industri ini. Antara lain dengan dicabutnya hak monopoli PT. Telkom sebagai operator tunggal dalam penyediaan layanan telekomunikasi tetap (*fixed line*) sambungan lokal dan SLJJ. Bahkan, salah satu perkembangan cukup menarik yaitu pemerintah pun kini mengeluarkan izin komersial bagi penyelenggaraan jasa telekomunikasi berbasis *Voice over Internet Protocol* (VoIP) meskipun baru diberikan pada lima operator lewat Kepmenhub No. 23/ 2003 dan Kepdirjen Postel No. 159/ 2002.

#### **8. Perkembangan Teknologi Telekomunikasi Di Indonesia**

Kini perkembangan teknologi telekomunikasi berada dalam paradigma 'percepatan'. Indikasi ini nampak pada persaingan riset antarperusahaan telekomunikasi mungkin sudah dalam hitungan jam. Dan secara psikologis, masyarakat selalu ingin berjalan cepat, termasuk untuk kebutuhan komunikasi.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Ibid.

<sup>22</sup> Techno News, Edisi 01, Tahun I, Minggu I, Mei 2003.

Perkembangan yang pesat pada jaringan telekomunikasi telah menghasilkan produk-produk baru telekomunikasi. Perjalanan perkembangan teknologi telekomunikasi di Indonesia telah melalui berbagai era teknologi. Ketika suatu perangkat telekomunikasi baru ditemukan, dalam sekian minggu sudah muncul *release*-nya yang terbaru. Terutama yang menonjol adalah perkembangan teknologi telepon selular. Perkembangan teknologi telekomunikasi yang telah dan akan dikembangkan di Indonesia di antaranya yaitu telepon tetap (*fixed telephone*), teknologi komunikasi tulisan, teknologi sirkit langganan, teknologi Pasopati, telekomunikasi satelit, telekomunikasi bergerak selular, dan teknologi multimedia.

#### a. Telepon Tetap (*Fixed Telephone*)

Telepon tetap adalah telepon yang jaringannya dihubungkan dengan menggunakan kabel. Prinsip dasar telepon tetap yaitu gelombang suara diubah menjadi gelombang listrik oleh mikrofon. Yang diteruskan melalui kabel dan di tujuan diubah kembali menjadi gelombang suara oleh telepon.<sup>23</sup>

Jaringan telepon tetap pada mulanya berupa kabel tembaga, sekarang diganti dengan kabel serat optik, hal ini dilakukan demi menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang lebih handal.

---

<sup>23</sup> Tiur L.H. Simanjuntak, *Dasar-Dasar Telekomunikasi*, Alumni, Bandung, 1993, halaman 27.

Kabel serat optik tersebut memang jauh lebih unggul dibanding kabel tembaga, keunggulannya yaitu :<sup>24</sup>

- Lebar band cukup besar, sehingga kanal telepon yang dikirimkan cukup besar.
- Jarak antar *repeater* cukup jauh ( bisa sampai 40 KM).
- Sistem tidak terganggu oleh induksi rangkaian listrik lainnya (EMI).
- Ukuran lebih kecil dan lebih ringan dari kabel-kabel koaksial yang biasa.

Telepon tetap (*fixed telepon*) pada mulanya merupakan tulang punggung dalam sistem telekomunikasi di Indonesia dikarenakan teknologi telepon ini paling awal munculnya meskipun dalam bentuk paling sederhana.

Telepon memang sangat diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Banyak alasan yang mengatakan bahwa telepon memang sangat diperlukan, seperti yang dikemukakan oleh Judith Taylor :<sup>25</sup>

1. Alasan pertama adalah **kecepatan**. Mengangkat gagang telepon dan memutar nomor-nomorinya jauh lebih cepat daripada mendikte, menulis, atau mengetik surat. Masalah apakah nomor yang Anda hubungi ternyata sedang sibuk atau tidak memberi jawaban, bisa ditenggang walaupun memang tidak sepenuhnya diatasi, dengan

---

<sup>24</sup> Ibid, halaman 164.

<sup>25</sup> Judith Taylor, *Successful Telephone Tehniques (Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Telepon)*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1996, halaman 1,2.

memanfaatkan berbagai fasilitas penghemat waktu seperti memori, sistem *redial* otomatis, atau mesin penjawab.

2. Alasan kedua adalah **biaya**. Awalnya mungkin mengejutkan ketika melihat biaya percakapan dan berlangganan telepon. Tetapi, dalam dunia bisnis Anda perlu juga memperhitungkan biaya serta nilai waktu Anda bagi perusahaan, juga biaya serta nilai waktu anggota staf lain. Pertimbangkan juga waktu yang mungkin bisa Anda hemat, apalagi ketika Anda betul-betul membutuhkan waktu tersebut agar dapat mengungguli pesaing Anda. Bila semua faktor itu Anda pertimbangkan, telepon adalah sarana komunikasi yang paling murah.
3. **Kontak pribadi** adalah alasan yang ketiga. Tidak ada kontak visual, tetapi Anda bisa mendengar suara dan membangun gambaran dalam benak Anda mengenai orang yang sedang berbicara melalui telepon dengan Anda. Bahkan tanpa kontak visual pun, Anda masih bisa belajar mengenali bagaimana seseorang berpikir, merasakan, dan membawakan diri, merekapun bisa merasakan hal yang sama mengenai diri Anda.
4. Ini mengarah pada alasan keempat, yaitu **umpan balik**. Berbeda dengan komunikasi tertulis, umpan balik lewat telepon bisa dilakukan saat itu juga, dan umpan baliklah yang mengubah pernyataan, atau pertanyaan, menjadi komunikasi.

Kecanggihan teknologi telah menghasilkan bentuk telepon yang bermacam-macam, sekarang sudah terdapat banyak telepon dengan modifikasi yang beranekaragam. Dari jaman ke jaman telepon semakin diminati karena dinilai lebih praktis meskipun dapat menguras cukup banyak uang untuk biaya rekeningnya perbulan, namun yang namanya kebutuhan yang tidak terelakkan meskipun hampir setiap tahun terjadi kenaikan tarif tetap saja makin bertambah para peminat benda tersebut.

Sekarang ada satu jenis telepon tetap baru yang merupakan produk terbaru dari PT. Telkom. Sekarang teknologi telepon selular juga dilengkapi dengan teknologi *Code Division Multiple Access* (CDMA) yang bersuara jernih dan tidak bisa disadap. CDMA yang dulunya dilarang untuk keperluan sipil akhirnya bisa digunakan oleh masyarakat sipil. CDMA yang lebih dikenal dengan sebutan telepon selular generasi ketiga ini bisa mengaklari komunikasi manusia dengan harapan berbiaya murah serta diharapkan tidak terlalu membebani masyarakat secara ekonomi.<sup>26</sup>

Produk tersebut adalah Telkom Flexi dengan menggunakan jaringan CDMA 2000 1x yang secara aturan memang dikategorikan sebagai telepon tetap. Pulsa yang digunakan adalah dengan hitungan telepon tetap, tanpa ada biaya air time seperti layaknya pulsa selular. Namun uniknya telepon yang satu ini bisa dibawa kemana-mana baik

---

<sup>26</sup> Techno News, Op. Cit.

untuk menelpon maupun untuk menerima panggilan. Kekurangan telkom flexi yaitu keterbatasan wilayah jangkauan.<sup>27</sup>

Dengan adanya telkom flexi (*fixed phone wireless*) yang pulsanya dinilai lebih murah dari telepon selular memang menguntungkan konsumen di satu sisi namun di lain sisi justru merugikan operator GSM. Banyak operator GSM yang keberatan dengan kehadiran produk PT. Telkom yang terbaru tersebut, karena pasti akan kalah bersaing. Hanya pasar yang bisa menentukan keberhasilan dari Telkom flexi ini.

#### **b. Teknologi Komunikasi Tulisan**

Teknologi komunikasi tulisan sebenarnya sudah lama dikenal. Pada mulanya hanya dikenal *Telex* dan *Telegram* tetapi sekarang sudah ada teknologi komunikasi tulisan yang dikenal dengan *Short Message Service* (SMS). Demikian pesat teknologi telekomunikasi berkembang sehingga kita sebagai konsumen jasa telekomunikasi bebas untuk memilih produk mana yang akan kita gunakan.

#### **c. Teknologi Sirkuit Langganan**

Teknologi sirkuit langganan juga berperan dalam memenuhi kebutuhan konsumen jasa telekomunikasi. Manfaatnya sebagai

---

<sup>27</sup> Majalah Selular, *Selular Di Ujung Tanduk* dalam *Trend & Telecommunication*, Edisi 19/ II, Juni 2003, halaman 14.

penyalur sinyal analog dan atau sinyal digital dengan jaminan *service* berdasarkan jarak, lebar pita, kecepatan (*speed*) dan kontinuitas pelayanan, sesuai keinginan pelanggan memang sangat dibutuhkan dalam pemakaian eksklusif antara dua lokasi terpisah.

#### d. Teknologi Pasopati

Teknologi Pasopati (Paduan Solusi Pelayanan Teknologi) merupakan teknologi yang memungkinkan perpaduan jasa telekomunikasi dalam bentuk suara, gambar atau data, yang disalurkan melalui satu saluran. Teknologi ini biasanya digunakan oleh perusahaan atau instansi

#### e. Teknologi Satelit

Satelit adalah obyek buatan manusia yang mengorbit bumi dengan suatu misi. Macam-macam satelit berdasarkan misinya yaitu :

- Satelit komunikasi.
- Satelit radio.
- Satelit cuaca.
- Satelit mata-mata.<sup>28</sup>

Penempatan satelit oleh suatu negara atau badan hukum diatur oleh badan regulasi satelit *International Telecommunication Union*

---

<sup>28</sup> J Indri Prijatmodjo, Mudrik Baasir, *Teknologi Komunikasi Satelit Dan Aplikasinya*, Semarang, 1998, halaman 3.



(ITU). Pengaturan tersebut dilakukan karena ruang angkasa tempat dimana satelit ditempatkan, merupakan sumber daya alam yang terbatas sehingga dengan pengaturan tersebut tidak terjadi rebutan tempat. Di samping itu pengaturan dilakukan agar antar satelit tidak saling mengganggu frekuensinya.

Penggunaan satelit untuk komunikasi mempunyai beberapa keunggulan dan kekurangan, diantaranya :<sup>29</sup>

keuntungannya :

- Penambahan pertitik pada sistem komunikasi cepat dan murah.
- Availabilitas komunikasi yang tinggi.
- Daerah cakupan yang luas.

kekurangannya :

- Investasi awal yang besar.
- Pembuatan satelit memakan waktu yang cukup lama.
- Membutuhkan komponen dengan reliabilitas yang tinggi.

Untuk pertama kalinya Indonesia telah meluncurkan satelit pada tahun 1976 yang kita kenal dengan Satelit Palapa. Perlu kita ketahui bahwa satelit komunikasi yang pertama diluncurkan yaitu Telesera yaitu tahun 1962, yang memungkinkan terjadinya hubungan antara Amerika Serikat dan Inggris.

---

<sup>29</sup> Ibid, halaman 12.

**f. Telekomunikasi Bergerak Selular (*Mobile Communication*)**

Perkembangan awal dari teknologi telekomunikasi bergerak selular berawal dari teknologi yang berbasis sistem analog dari jenis sel tunggal dengan nama *Total Access Communication System* (TACS) yang dikembangkan di Inggris. Kemudian berkembang ke sel jamak pada awal Tahun 1970-an dengan hasilnya *Nordic Mobile Telecommunication (NMT)* di negara-negara Nordic, yaitu Swedia, Norwegia dan Finlandia yang hasilnya yaitu teknologi *Advanced Mobile Telephone System* (AMPS) yang dikembangkan di Amerika tahun 1972. Tahun 1982 dikembangkan teknologi bergerak selular digital yang dipelopori *Nordic Telecoms* dan *PTT Netherlands* yang menghasilkan *Global System for Mobile Communication* (GSM) Pan Eropa, dimana dengan hasil yang dicapai mampu memperbaiki performansi telekomunikasi bergerak selular.<sup>30</sup>

Teknologi telekomunikasi bergerak selular mendapat tanggapan yang positif dari pasar telekomunikasi. Tanggapan positif tersebut dikarenakan kelebihan yang ditawarkan oleh teknologi selular tersebut. Mobilitasnya yang tinggi membuat para konsumen (pengguna jasa) tidak perlu susah apabila membutuhkan telepon pada saat yang tidak dapat dipastikan.

Keunggulan telekomunikasi selular tersebut sangat dimanfaatkan terutama oleh kelompok pengusaha, dimana mereka

---

<sup>30</sup> Prospektus PT. Telkom, 2003, halaman 112.

memang membutuhkan untuk keperluan usaha mereka, untuk memperluas jaringan usahanya dengan saling berinteraksi dengan para relasinya menggunakan sarana telekomunikasi selular tersebut.

Hingga saat ini pihak yang menyelenggarakan jasa sambungan telepon bergerak selular ada tujuh operator yaitu Telkomsel, Satelindo GSM, dan Exelcomindo untuk telepon bergerak selular yang berbasis pada teknologi GSM, selanjutnya Metrosel, Komselindo dan Telesera untuk telepon bergerak selular yang berbasis teknologi AMPS, dan yang terakhir untuk telepon bergerak selular yang berbasis teknologi NMT-450i.

#### **g. Teknologi Informasi Multimedia**

Dasar dari arus informasi multimedia adalah jaringan internet yang semakin meluas penggunaannya sekarang ini. Internet merupakan jaringan informasi global yang sangat terbuka. Kita dapat mengakses data dan gambar yang kita butuhkan melalui internet. Selain itu kita juga bisa *chatting* atau mengobrol dengan orang lain lewat internet.

Melalui multimedia kita juga dapat mengakses suara selain data dan gambar. Hampir semua informasi bisa kita dapatkan melalui multimedia. Begitu banyak keuntungan yang bisa kita dapat dari teknologi informasi multimedia. Bahkan sekarang kita dapat menggunakan teknologi informasi multimedia ini melalui telepon bergerak selular dengan fasilitas MMS (*Multimedia Message Service*)

yang disediakan oleh *provider* telepon tersebut namun sekarang masih sebatas jenis pesawat yang digunakan.

Keunggulan lain dari internet dibanding sistem telekomunikasi yang *telephoni*, adalah :<sup>31</sup>

1. Layanan informasi, *homepage* yang ada di internet berfungsi memberikan informasi pribadi atau organisasi dengan tujuan melakukan promosi atau bantuan melalui internet dan juga dapat mengakses informasi lebih cepat.
2. Mengirim surat secara cepat, dengan menggunakan *electronic mail* (*e-mail*) hanya dalam beberapa detik saja surat dapat sampai ke tujuan.
3. Mengirim/ menerima *file*/ data antar komputer.
4. Komunikasi/ bicara tanpa batas negara dengan pulsa lokal, melalui *key board*/ tulisan (*Internet Relay Chat/ IRC*) atau MIC/ suara (*Webphone*).

## **9. Hak dan Kewajiban Penyelenggara Telekomunikasi dan Masyarakat**

Demi terciptanya penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia yang baik, adil dan berkepastian hukum, harus diletakkan landasan hukum yang jelas yang mengatur hak dan kewajiban para pihak yang terkait langsung dalam penyelenggaraan telekomunikasi, baik itu penyelenggara telekomunikasi, masyarakat (dengan berperan serta dalam

---

<sup>31</sup> Unit Pengembangan Komputer, *Internet Kit*, FE UNDIP, Semarang, 1999.

penyampaian pemikiran dan pandangan yang berkembang mengenai arah pengembangan telekomunikasi), dan pemerintah sebagai pembina dan pengawas dalam penyelenggaraan telekomunikasi juga lembaga yang terkait seperti lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.

Hak dan kewajiban penyelenggara telekomunikasi dan masyarakat diatur dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi. Hak penyelenggara telekomunikasi diatur di dalam Pasal 12, Pasal 13, dan Pasal 25 Ayat 2, hak-hak yang dimaksud yaitu :

- Hak untuk memanfaatkan atau melintasi tanah negara atau bangunan yang dimiliki atau dikuasai pemerintah, termasuk sungai, danau atau laut baik permukaan maupun dasar, setelah mendapat persetujuan dari pemerintah tentunya, hal tersebut dalam rangka pembangunan, pengoperasian, atau pemeliharaan jaringan telekomunikasi.
- Hak untuk memanfaatkan atau melintasi tanah atau bangunan milik perseorangan untuk tujuan pembangunan, pengoperasian, atau pemeliharaan jaringan telekomunikasi setelah mendapat persetujuan di antara para pihak.
- Hak untuk mendapatkan interkoneksi dari penyelenggara jaringan telekomunikasi lainnya.

Sementara kewajiban penyelenggara telekomunikasi diatur dalam Pasal 15, Pasal 16, Pasal 17, Pasal 18, Pasal 19, Pasal 20, Pasal 26, kewajiban-kewajiban yang dimaksud yaitu :

- Kewajiban untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen jasa telekomunikasi kecuali penyelenggara jasa telekomunikasi dapat membuktikan bahwa kerugian tersebut bukan diakibatkan oleh kesalahan dan/ atau kelalaiannya.
- Kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam pelayanan universal dalam bentuk penyediaan sarana dan prasarana telekomunikasi atau kompensasi lainnya.
- Kewajiban untuk menyediakan pelayanan telekomunikasi berdasarkan prinsip perlakuan yang sama dan pelayanan yang sebaik-baiknya bagi semua pengguna/ konsumen, peningkatan efisiensi dalam penyelenggaraan telekomunikasi, pemenuhan standar pelayanan serta standar penyediaan sarana dan prasarana.
- Kewajiban untuk mencatat/ merekam secara rinci pemakaian jasa telekomunikasi yang digunakan oleh konsumen jasa telekomunikasi, apabila konsumen jasa telekomunikasi memerlukan catatan/ rekaman pemakaian jasa telekomunikasi penyelenggara telekomunikasi juga wajib memberikannya.
- Kewajiban untuk menjamin kebebasan konsumen jasa telekomunikasi dalam memilih jasa/ jaringan telekomunikasi.
- Kewajiban untuk memberikan prioritas untuk pengiriman, penyaluran, dan penyampaian informasi penting yang menyangkut keamanan negara, keselamatan jiwa manusia dan harta benda, bencana alam, marabahaya, wabah penyakit.

- Kewajiban untuk membayar biaya hak penyelenggaraan telekomunikasi yang diambil dari persentase pendapatan.

Menurut Pasal 21, penyelenggara telekomunikasi dilarang untuk melakukan kegiatan usaha penyelenggaraan telekomunikasi yang bertentangan dengan kepentingan umum, kesusilaan, keamanan, atau ketertiban umum. Dalam hal ini penyelenggara telekomunikasi harus juga memperhatikan norma-norma yang berlaku di masyarakat dalam menyelenggarakan telekomunikasi.

Masyarakat sebagai konsumen / pengguna/ pemakai jaringan atau jasa telekomunikasi juga memiliki hak dalam memanfaatkan jaringan/ jasa telekomunikasi.. Adapun hak masyarakat tersebut diatur dalam Pasal 14, Pasal 15 Undang-Undang Telekomunikasi, hak-hak yang dimaksud yaitu yaitu :

- Hak yang sama untuk menggunakan jaringan telekomunikasi dan jasa telekomunikasi dengan memperhatikan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- Hak untuk mendapatkan ganti rugi karena kesalahan atau kelalaian penyelenggara telekomunikasi.

Menurut Pasal 22 Undang-Undang Telekomunikasi, masyarakat sebagai konsumen jasa/ jaringan telekomunikasi juga dilarang melakukan perbuatan tanpa hak, tidak sah, atau memanipulasi akses ke jaringan telekomunikasi, atau memanipulasi akses ke jasa telekomunikasi, juga dilarang memanipulasi akses ke jaringan telekomunikasi khusus.

## **10. Sanksi Menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi**

Di dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 juga diatur mengenai sanksi yang akan dikenakan terhadap siapa saja yang melanggar Undang-Undang tersebut. Sanksi yang akan diberlakukan itu yaitu sanksi administratif dan sanksi pidana sesuai dengan tingkat kesalahan/ kejahatan yang dilakukan.

Sanksi administratif dikenakan menurut Pasal 45, Pasal 46 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999, sanksi administratif yang dimaksud yaitu berupa pencabutan izin usaha/ pencabutan izin untuk menyelenggarakan telekomunikasi.

Sementara sanksi pidana akan dikenakan menurut Pasal 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59. Sanksi pidana yang dimaksud yaitu :

- Pidana penjara paling lama 6 tahun dan atau denda paling banyak Rp 600.000.000,00 (enam ratus juta rupiah) apabila menyelenggarakan telekomunikasi tidak melalui izin dari Menteri Perhubungan Republik Indonesia.
- Pidana penjara paling lama 1 tahun dan atau denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah) jika tidak menjamin kebebasan pengguna dalam memilih jaringan telekomunikasi lain untuk pemenuhan kebutuhan telekomunikasi.
- Pidana penjara paling lama 2 tahun dan atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) jika tidak memberikan prioritas



untuk pengiriman, penyaluran dan penyampaian informasi penting yang menyangkut keamanan negara, keselamatan jiwa manusia dan harta benda, bencana alam, marabahaya, wabah penyakit.

- Pidana penjara paling lama 6 tahun dan atau denda paling banyak Rp 600.000.000,00 (enam ratus juta rupiah) jika melakukan perbuatan tanpa hak, tidak sah, atau memanipulasi akses ke jaringan telekomunikasi, memanipulasi akses ke jasa telekomunikasi atau memanipulasi akses ke jaringan telekomunikasi khusus.
- Pidana penjara paling lama 4 tahun dan atau denda paling banyak Rp 400.000.000,00 (empat ratus juta rupiah) jika menyambungkan jaringan telekomunikasi ke jaringan penyelenggara telekomunikasi lainnya, kecuali hal tersebut dilakukan untuk kepentingan penyiaran.
- Pidana penjara paling lama 1 tahun dan atau denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah) bagi siapa saja yang memperdagangkan, membuat, merakit, memasukkan atau menggunakan perangkat telekomunikasi di wilayah Negara Republik Indonesia yang tidak sesuai dengan persyaratan teknis.
- Pidana penjara paling lama 4 tahun atau denda paling banyak Rp 400.000.000,00 (empat ratus juta rupiah) jika menggunakan spektrum frekuensi radio dan orbit satelit tidak melalui izin pemerintah. Pidana penjara paling lama 15 tahun apabila hal tersebut mengakibatkan matinya seseorang.

- Pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) jika digunakan oleh kapal berbendera asing yang berada di wilayah perairan Indonesia dimana hal tersebut di luar peruntukannya, kecuali untuk kepentingan negara, keselamatan jiwa manusia, dan harta benda, bencana alam, keadaan marabahaya, wabah, navigasi, dan keamanan lalu lintas pelayaran atau disambungkan ke jaringan telekomunikasi yang dioperasikan oleh penyelenggara telekomunikasi, atau hal tersebut merupakan bagian dari sistem komunikasi satelit yang penggunaannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam penyelenggaraan telekomunikasi dinas bergerak pelayaran.
- Pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan atau denda paling banyak Rp 600.000.000,00 (enam ratus juta rupiah) jika melakukan perbuatan yang dapat menimbulkan gangguan fisik dan elektromagnetik terhadap penyelenggaraan telekomunikasi.
- Pidana penjara paling lama 15 (lima belas) tahun jika melakukan penyadapan atas informasi yang disalurkan melalui jaringan telekomunikasi dalam bentuk apapun.
- Pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) jika membocorkan rahasia informasi yang dikirim atau diterima oleh konsumen jasa telekomunikasi melalui jaringan telekomunikasi atau jasa telekomunikasi yang diselenggarakannya.

## **B. Perlindungan Konsumen Pada Umumnya**

### **1. Perlindungan Konsumen Di Indonesia**

Dilihat dari sejarahnya, gerakan perlindungan konsumen di Indonesia baru benar-benar dipopulerkan sekitar 20 tahun lalu, yakni dengan berdirinya suatu lembaga swadaya masyarakat yang bernama Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang disusul oleh beberapa organisasi serupa seperti Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang, Yayasan Lembaga Bina Konsumen Indonesia (YLBKI) di Bandung.<sup>32</sup>

#### **a. Perlindungan Konsumen Secara Umum**

Mempelajari masalah perlindungan konsumen tidak akan pernah lepas dari hukum perlindungan konsumen. Menurut A.Z. Nasution<sup>33</sup> hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Hukum konsumen adalah hukum yang bersifat komprehensif mencakup berbagai hal. Sedangkan hukum perlindungan konsumen lebih merupakan bagian yang khusus mengatasi perlindungan konsumen.

Pada dasarnya seluruh rakyat adalah konsumen yakni pengguna atau pemakai barang atau jasa kebutuhan hidup, karena

---

<sup>32</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2000, halaman 40.

<sup>33</sup> A.Z. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, halaman 82.

sekali pun seseorang produsen, dia juga menjadi konsumen dari produk yang lain. Oleh karena itu semua hak dan kepentingan rakyat yang berkaitan dengan penggunaan barang dan atau jasa adalah hak dan kepentingan konsumen. Dengan demikian melindungi hak dan kepentingan konsumen merupakan wujud perlindungan terhadap segenap bangsa Indonesia.<sup>34</sup> Namun dalam tesis ini lebih lanjut akan dibahas konsumen tingkat akhir atau pemakai barang atau jasa tingkat akhir, dimana barang atau jasa tersebut dipergunakan sendiri tidak untuk diperjualbelikan lagi.

Dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen secara integratif dan komprehensif pada dasarnya tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha pelaku usaha atau produsen, tetapi justru sebaliknya yakni perlindungan konsumen diharapkan dapat mendorong iklim berusaha yang sehat. Di samping merupakan payung yang mengintegrasikan dan memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen.

#### **b. Perlindungan Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen adalah segala

---

<sup>34</sup> AZ Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Daya Widya, Jakarta, 1999, halaman 78.

upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

## **2. Asas Perlindungan Konsumen**

Sesuai Pasal 2 Undang-Undang perlindungan Konsumen, Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.<sup>35</sup>

## **3. Tujuan Perlindungan Konsumen**

Sementara tujuan dari perlindungan konsumen menurut Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkan dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

---

<sup>35</sup> AZ Nasution, Op. Cit., halaman 4.

- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

#### **4. Hubungan Hukum Antara Konsumen dan Produsen**

Menurut Sri Redjeki Hartono<sup>36</sup> secara umum dan mendasar hubungan antara produsen (perusahaan penghasil barang dan atau jasa) dengan konsumen (pemakai akhir dari barang dan atau jasa untuk diri sendiri atau keluarganya) merupakan hubungan yang terus-menerus dan kesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lain. Produsen sangat membutuhkan dan sangat bergantung atas dukungan konsumen sebagai pelanggan. Tanpa dukungan konsumen, tidak mungkin produsen dapat terjamin kelangsungan usahanya. Sebaliknya konsumen kebutuhannya sangat bergantung dari hasil produksi produsen.

Hubungan antara produsen dan konsumen dapat menciptakan suatu hubungan hukum. Menurut R. Soeroso<sup>37</sup> tiap hubungan hukum

---

<sup>36</sup> Sri Redjeki Hartono Dalam Husni Syawali & Neni Sri Imaniyati, Op. Cit, halaman 80-81.

<sup>37</sup> R. Soeroso, *Pengantar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 1993, halaman 270.

mempunyai dua segi yaitu *bevoegheid* atau kewenangan yang disebut hak dan *plicht* atau kewajiban.

Beraneka ragamnya hubungan hukum yang dapat terjadi antara konsumen dan produsen secara umum dikuasai oleh asas-asas hukum yang berkaitan dengan hubungan itu. Asas-asas hukum perjanjian paling dominan dalam hubungan perdata antara subyek hukum yang berkaitan dengan peralihan hak atau penikmatan barang atau jasa yang terjadi karena jual beli atau sewa menyewa.

Hubungan hukum antara konsumen dan produsen dalam kebebasan berkontrak dapat digolongkan dalam tiga kategori, yaitu :

- a. Hubungan hukum yang terjadi dengan menggunakan syarat-syarat baku (*standaard contracten, algemen voorwaden, standaard contract*), yaitu hubungan hukum yang terjadi dengan menggunakan syarat-syarat baku. Suatu klausula yang telah disediakan pengusaha dalam suatu konsep surat perjanjian tidak pernah dapat ditinjau kembali. Konsumen hanya dapat menerima syarat-syarat perjanjian itu atau tidak mengadakan perjanjian sama sekali. Kelebihan kemampuan pengusaha tertentu untuk menentukan sendiri syarat-syarat suatu perjanjian, tanpa dapat dikoreksi kecuali konsumen bersedia untuk tidak mendapatkan barang/jasa yang dibutuhkannya, menyebabkan konsumen pada dasarnya kehilangan kebebasannya. Dalam kondisi demikian, bagi konsumen asas kebebasan dalam hukum perjanjian berarti tidak adanya kebebasan kehendak.

- b. Hubungan hukum secara sukarela, yaitu dapat terjadi antara konsumen dan produsen dengan mengadakan perjanjian tertentu. Dengan perjanjian atau persetujuan tersebut, seperti yang disebutkan dalam Pasal 1313 KUH Perdata, yaitu setiap perbuatan seseorang atau lebih yang mengikatkan diri dengan seorang atau lebih. Hubungan hukum itu menimbulkan hak dan kewajiban yang sama pada masing-masing pihak. Apabila salah satu pihak lalai dalam melaksanakan kewajibannya untuk memberikan sesuatu, berbuat atau tidak berbuat sesuatu sesuai perjanjian tersebut maka dapat terjadi perbuatan ingkar janji, cedera janji (wanprestasi).
- c. Hubungan hukum tidak secara sukarela, yaitu terjadi tanpa adanya suatu persetujuan atau perjanjian yang disebabkan oleh suatu perbuatan atau kelalaian atau kurang hati-hati satu pihak yang menimbulkan kerugian. Pasal 1354 KUH Perdata diatur perbuatan melawan hukum yang menimbulkan kerugian pada pihak lain. Dalam hubungan hukum konsumen kaidah ini sangat penting oleh karena konsumen tidak pernah berhadapan atau mengadakan hubungan hukum secara langsung dengan pemilik atau penanggung jawab usaha.

#### **a. Hak dan Kewajiban Konsumen**

Sebelum kita membahas mengenai hak dan kewajiban konsumen, perlu kita ketahui dahulu beberapa pendapat para ahli mengenai apa itu konsumen. John F. Kennedy mengatakan



*“consumers by definition include us all”* (kita semua bisa disebut sebagai konsumen).

Menurut Suharno<sup>38</sup> konsumen adalah pembeli dan pemakai barang/jasa yang diperjualbelikan. Mereka membutuhkan perlindungan agar sebagai pembeli dan atau sebagai pemakai barang/jasa tidak mengalami kerugian atau memperoleh bahaya.

Menurut Sudarsono<sup>39</sup> konsumen merupakan istilah yang berasal dari bahasa Belanda yaitu *konsumant*, sedangkan dalam bahasa Inggris istilahnya adalah *consumer* yaitu pembeli/pengguna jasa atau barang. Sri Redjeki Hartono<sup>40</sup> mengatakan bahwa setiap orang, pada suatu waktu, dalam posisi tunggal/sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk atau jasa tertentu.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat kita tarik kesimpulan bahwa sebenarnya pengertian konsumen tersebut dapat dibagi dalam dua arti yaitu konsumen dalam arti luas yang berarti setiap orang adalah konsumen dan konsumen dalam arti sempit yang berarti pemakai terakhir dari benda atau jasa yang diberikan pengusaha/produsen.

---

<sup>38</sup> Suharno, *Makalah Sistem Pengawasan Barang dan Jasa Dalam Rangka Perlindungan Konsumen*, Purwokerto, 1995, halaman 1.

<sup>39</sup> Sudarsono, *Kamus Hukum*, Rineka Cipta, Jakarta, 1992, halaman 84.

<sup>40</sup> Sri Redjeki Hartono, Dalam Husni Syawali, Neni Sri Imaniyati, Op. Cit., halaman 78.

Menurut John F. Kennedy hak-hak konsumen yang perlu dilindungi yaitu :<sup>41</sup>

- 1). Hak memperoleh keamanan (*the right to safety*).
- 2). Hak memilih (*the right to choose*).
- 3). Hak mendapat informasi (*the right to be informed*).
- 4). Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Menurut Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa Nomor 39/248 Tahun 1985 tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*), kepentingan konsumen yang harus dilindungi meliputi :<sup>42</sup>

- 1). Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya.
- 2). Promosi dan perlindungan kepentingan sosial ekonomi konsumen.
- 3). Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi.
- 4). Pendidikan konsumen.
- 5). Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif.

---

<sup>41</sup> Oetojo Oesman, Makalah *Aspek-Aspek Hukum Dalam Prospektif Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Purwokerto, 1995, halaman 6.

<sup>42</sup> Yusuf Shofie, *Percakapan Tentang Pendidikan Konsumen Indonesia*, USAID, 1998, halaman ii.

- 6). Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

Sedangkan Masyarakat Ekonomi Eropa (MEE) juga menyepakati hak-hak dasar konsumen yang perlu dilindungi yaitu :<sup>43</sup>

- 1). Hak perlindungan kesehatan dan keamanan (*recht op bescherming van zijn gezondheid en veiligheid*).
- 2). Hak perlindungan kepentingan ekonomi (*recht op bescherming van zijn economische belangen*).
- 3). Hak mendapat ganti rugi (*recht op schadevergoeding*).
- 4). Hak atas penerangan (*recht op voorlichting en vorming*).
- 5). Hak untuk didengar (*recht op te worden gehord*).

Sedangkan YLKI merumuskan hak-hak konsumen sebagai berikut :<sup>44</sup>

- 1). Hak atas keamanan dan keselamatan.
- 2). Hak mendapatkan informasi yang jelas.
- 3). Hak memilih.
- 4). Hak untuk didengar pendapatnya dan keluhannya.
- 5). Hak atas lingkungan hidup.

---

<sup>43</sup> BPHN, *Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, halaman 61.

<sup>44</sup> Agus Brotosusilo, YLKI, Jakarta, 1997, halaman 12.

Hak-hak konsumen sebagaimana dinyatakan oleh Zumrotin, pejuang konsumen di Indonesia adalah :<sup>45</sup>

- 1). Hak untuk mendapatkan keselamatan dan kesehatan.
- 2). Hak untuk memperoleh informasi yang jujur dan benar.
- 3). hak untuk memilih barang/jasa yang diperlukan.
- 4). hak untuk didengar pendapatnya dan hak untuk mendapatkan ganti rugi;
- 5). Hak untuk mendapatkan lingkungan yang bersih dan sehat.

Lima hak yang diajukan oleh zumrotin tersebut lebih dikenal dengan “panca hak konsumen”.

Tim penyusun Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang (RUU) tentang Perlindungan Konsumen dari Fakultas Hukum Universitas Indonesia berusaha untuk menampung aspirasi YLKI, tetapi juga berupaya untuk menyesuaikan dan bahkan mengantisipasi perkembangan perekonomian yang sangat pesat akhir-akhir ini. Sebagai hasilnya, tim tersebut merumuskan hak-hak konsumen sebagai berikut :<sup>46</sup>

- 1). Hak atas keamanan.
- 2). Hak untuk memilih.
- 3). Hak atas informasi.
- 4). Hak Untuk didengar.

---

<sup>45</sup> Zumrotin K. Susilo, Penyambung Lidah Konsumen, YLKI dan Puspa Swara, Jakarta, 1996, halaman 8.

<sup>46</sup> Ibid, halaman 13.

- 5). Hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya.
- 6). Hak untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum yang tepat.

A.Z. Nasution mengusulkan bahwa hak-hak konsumen hendaknya sebagai berikut :<sup>47</sup>

- 1). Hak atas keamanan dan keselamatan.
- 2). Hak atas informasi tentang barang atau jasa konsumen.
- 3). Hak memilih dan perlindungan kepentingan-kepentingan ekonominya.
- 4). Hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen.
- 5). Peradilan konsumen yang efektif.

Konsumen sebagai pihak yang selalu menjadi korban dalam kegiatan ekonomi dan dalam perkembangan masyarakat industri sejak dahulu hingga kapan, menuntut adanya perbaikan posisi. Posisi konsumen yang sementara ini hanya dinilai sebelah mata nampaknya harus mulai diperhatikan sungguh-sungguh. Hal ini terbukti dengan makin maraknya kesadaran konsumen akan hak-haknya. Mereka melakukan berbagai upaya untuk mendapatkan hak yang semestinya diperoleh.

Setelah diberlakukannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999, diharapkan masalah perlindungan konsumen lebih

---

<sup>47</sup> AZ. Nasution, Op. Cit., halaman 188.

diperhatikan lagi. Di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen terdapat ketentuan yang mengatur bukan hanya hak-hak konsumen tetapi juga mengatur kewajiban-kewajiban konsumen.

Di dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 disebutkan bahwa hak konsumen adalah :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sementara dalam Pasal 5 Undang-Undang tersebut diatur masalah kewajiban konsumen yaitu :

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Jika kita perhatikan dengan seksama, jelas bahwa kewajiban-kewajiban tersebut merupakan juga perwujudan dari hak produsen dari sisi yang lain, yang diharapkan bisa menciptakan budaya tanggung jawab pada diri konsumen terhadap produsen.

#### **b. Hak dan Kewajiban Produsen**

Produsen atau sering disebut pelaku usaha juga diatur hak dan kewajibannya oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Berikut ini hak pelaku usaha menurut Undang-Undang tersebut adalah :

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kemudian dalam Pasal 7 nya disebutkan bahwa kewajiban pelaku usaha adalah :

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.



- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Bisa kita ambil kesimpulan dari kewajiban-kewajiban produsen/ pelaku usaha di atas juga merupakan perwujudan dari hak-hak konsumen dari sisi yang lain yang diharapkan bisa menciptakan budaya tanggung jawab pada diri produsen/ pelaku usaha terhadap konsumen.

## **5. Perlindungan Konsumen Terhadap Perjanjian Baku**

Menurut Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Selanjutnya menurut Pasal 1320 KUH Perdata dirumuskan bahwa untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat :

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;

3. Suatu hal tertentu;
4. Suatu sebab yang halal.

Dari kedua pasal di atas dapat kita tarik kesimpulan bahwa suatu perjanjian itu menganut asas kebebasan berkontrak. Kebebasan dengan maksud semua pihak yang mengadakan perjanjian bebas dalam menentukan apa dan dengan siapa perjanjian tersebut dibuat. Pelaksanaannya berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak, sepanjang tidak bertentangan dengan aturan Undang-Undang.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Sudikno Mertokusumo<sup>48</sup> hukum perikatan kita paling tidak dikuasai oleh beberapa asas di antaranya adalah :

- a. Asas konsensualisme, yaitu adanya persesuaian kehendak yang berhubungan dengan lahirnya perjanjian.
- b. Asas kekuatan mengikatnya suatu perjanjian berhubungan dengan akibat dari suatu perjanjian.
- c. Asas kebebasan berkontrak, yang berhubungan dengan isi dari perjanjian.
- d. Asas itikad baik, yang berhubungan dengan pelaksanaan perjanjian.

Menurut Subekti<sup>49</sup> suatu asas adalah suatu dasar yang mendukung adanya suatu sistem. Setiap sistem mengandung beberapa asas yang

---

<sup>48</sup> Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum*, Liberty, Yogyakarta, 1988, halaman 99.

<sup>49</sup> Subekti, *Kumpulan Karangan Hukum Perikatan Arbitrase dan Pengadilan*, Alumni, Bandung, 1980, halaman 36.

menjadi pedoman dalam pembentukan dan dapat dikatakan bahwa suatu sistem adalah tidak terlepas dari asas-asas yang mendukungnya.

Asas kebebasan berkontrak dalam hukum perjanjian merupakan asas yang paling penting. Sehingga menurut Asser - Rutten<sup>50</sup> asas kebebasan berkontrak tidak ditulis dengan kata-kata yang banyak di dalam Undang-Undang, tetapi seluruh hukum Perdata kita didasarkan padanya.

Sebetulnya syarat adanya kesepakatan dalam hukum perjanjian merupakan syarat subyektif, dan menurut ketentuan hukum pula ketiadaan atau cacatnya syarat subyektif tidak otomatis membatalkan perjanjian yang dibuat. Tetapi hanya dapat dimintakan pembatalannya saja (*vernietigbar*).<sup>51</sup> Jadi, apabila debitur tidak meminta perjanjian dibatalkan ia dianggap telah menyepakati perjanjian yang ditandatangani.

Namun adakalanya kedudukan kedua belah pihak dalam negosiasi tersebut tidak seimbang terutama pihak konsumen, sehingga tidak menguntungkan pihak konsumen tersebut. Hal tersebut biasa terjadi pada perjanjian baku. Sementara itu, pihak produsen beralasan,<sup>52</sup> selain praktis dan efisien, penerapan perjanjian baku dalam praktek perdagangan sehari-hari, juga masih dalam koridor perundang-undangan yang ada. Justifikasi

---

<sup>50</sup> Asser – Rutten, Dalam Purwahid Patrik, *Azas Itikad Baik dan Kepatutan Dalam Perjanjian*, FH. UNDIP, Semarang, 1982, halaman 4.

<sup>51</sup> Purwahid Patrik, *Diktat Hukum Perdata I*, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, Semarang, 1994, halaman 69.

<sup>52</sup> Sudaryatmo, *Hukum & Advokasi Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999, halaman 93.

yang dipakai produsen adalah Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu tentang asas kebebasan berkontrak.

Perkembangan perjanjian baku lebih disebabkan oleh keadaan sosial masyarakat kita yang secara tidak langsung menginginkannya. F.A.J Gras<sup>53</sup> dalam penelitiannya selama tiga tahun terhadap perjanjian baku menyimpulkan bahwa perjanjian ini tumbuh dan berkembang dalam masyarakat modern yang mempergunakan organisasi dan *planning* sebagai pola hidup, dengan kata lain perjanjian ini lahir akibat perubahan susunan masyarakat, lazimnya perjanjian ini dibuat oleh organisasi perusahaan.

Pitlo<sup>54</sup> menambahkan bahwa latar belakang tumbuhnya perjanjian baku adalah keadaan sosial ekonomi. Perusahaan yang besar, perusahaan pemerintah mengadakan kerjasama dalam suatu organisasi dan untuk kepentingannya mereka menentukan syarat secara sepihak. Pihak lawan pada umumnya mempunyai kedudukan lemah baik posisinya maupun karena ketidaktahuannya.

Beberapa ahli telah mencoba memberikan rumusan perjanjian baku. Mariam Darus Badruzaman memberikan definisi perjanjian baku sebagai perjanjian yang isinya dibakukan dan dituangkan dalam bentuk formulir.<sup>55</sup> Formulir itu bermacam-macam bentuknya, ada yang panjang terdiri dari beberapa lembar folio, ada yang hanya terdiri dari satu lembar folio dan ada pula yang lebih kecil dari itu. Hurufnya dicetak kecil, yang

---

<sup>53</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Perjanjian Baku*, Jakarta, 1980, halaman 5.

<sup>54</sup> Ibid, halaman 5.

<sup>55</sup> Ibid, halaman 58.

kadang-kadang diperlukan kaca mata untuk membacanya. Sebagai contoh adalah formulir Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi yang disediakan oleh PT. Telkom kepada para calon pelanggan.

Dalam Formulir Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi (KBST) yang disediakan oleh PT. Telkom yang diperuntukkan bagi pelanggan (konsumen) selain tersedia blanko yang harus diisi oleh konsumen juga dimuat hak dan kewajiban pelanggan dan PT. Telkom sendiri. Formulir tersebut dibuat oleh PT. Telkom sendiri. Formulir tersebut juga memuat klausula tentang sanksi apabila pelanggan melanggar isi perjanjian dalam KBST tersebut.

Adapun hak dan kewajiban pelanggan yang dimuat dalam KBST (pasal 4) tersebut yaitu :<sup>56</sup>

1) Hak Pelanggan :

- a. Mendapat pelayanan perbaikan kerusakan sambungan telekomunikasi sampai dengan KTB (Kotak Terminal Batas) dari Telkom setelah Pelanggan melaporkan ke Telkom melalui unit pengaduan gangguan. Khusus sambungan dengan sistem WLL (*Wireless Local Loop*) yang tidak menggunakan KTB, perbaikan kerusakan oleh Telkom sampai dengan *socked/ roset*.

---

<sup>56</sup> *Formulir Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi (KBST), PT. Telkom Divre IV, Jateng dan DIY.*

- b. Meminta kepada Telkom untuk memuat atau tidak memuat nama dan alamatnya dalam buku petunjuk telepon yang diterbitkan oleh Telkom.
- c. Meminta kepada Telkom untuk memuat nama dan alamat pihak ketiga sebagai penumpang pemakai jasa telekomunikasi dalam Buku Petunjuk Telepon, dengan ketentuan bahwa kewajiban membayar baru dimaksud pasal 4 ayat 2 huruf b tetap menjadi tanggung jawab pelanggan.
- d. Meminta tambahan fasilitas dari obyek yang diperjanjikan sebatas kemampuan dan pertimbangan dari Telkom.
- e. Meminta berhenti berlangganan sambungan telekomunikasi bila diinginkannya.
- f. Berhak mendapat layanan mutasi perubahan sambungan telekomunikasi sepanjang teknik memungkinkan dengan mengajukan permohonan kepada Telkom.
- g. Meminta data pemakaian percakapan telepon Sambungan Langsung Jarak Jauh (SLJJ) kepada Telkom dengan membayar sesuai ketentuan yang berlaku.
- h. Meminta bukti tanda terima pembayaran pemakaian jasa telekomunikasi.
- i. Memilih instalatur yang telah direkomendasi Telkom untuk memasang, memelihara, dan memperbaiki IKR/ G (Instalasi Kabel Rumah/ Gedung).

- j. Meminta pembebasan biaya abonemen sambungan telekomunikasi apabila sambungan telekomunikasi pelanggan mengalami kerusakan/ tidak berfungsi selama 7 hari berturut-turut atau lebih dalam satu bulan tagihan terhitung sejak diterimanya laporan gangguan di Telkom.
  - k. Mengajukan klaim tagihan kepada Telkom jika tagihan tidak sesuai dengan pemakaian.
  - l. Menerima restitusi pembayaran tagihan jika tagihan tidak sesuai dengan pemakaian.
- 2) Kewajiban Pelanggan
- a. Membayar biaya pasang baru/ mutasi.
  - b. Membayar biaya sesuai dengan tagihan Telkom yang terdiri dari :
    - Biaya berlangganan bulanan sambungan telekomunikasi, fasilitas dan peralatan lainnya bila ada.
    - Biaya percakapan.
  - c. Pelaksanaan pembayaran biaya sebagaimana dimaksud ayat 2 huruf b pasal ini sesuai dengan pemberitahuan di rekening tagihan telepon (L11).
  - d. Apabila rumah/ tempat sambungan telekomunikasi pelanggan disewakan/ digunakan Pihak ketiga, maka apabila masih ada tunggakan pembayaran biaya berlangganan dan percakapan telepon menjadi kewajiban dan tanggung jawab Pelanggan untuk melunasinya.

- e. Menjaga dan memelihara IKR/G dan perangkat terminal/ telepon miliknya yang ada dalam rumah.
- f. Memberitahukan kepada Telkom apabila memutuskan kontrak ini dan Pelanggan wajib mengembalikan semua perangkat milik Telkom ke Telkom.
- g. Melaporkan kepada Telkom apabila sambungan telekomunikasi mengalami gangguan/ kerusakan.

Hak dan Kewajiban Telkom menurut KBST (pasal 5) yaitu :<sup>57</sup>

3). Hak Telkom :

- a. Menerima pembayaran dari Pelanggan sebagaimana dimaksud pasal 4 ayat 2 huruf b kontrak ini.
- b. Melakukan perubahan/ penggantian terhadap sambungan dan/ atau nomor telepon Pelanggan, sesuai dengan perkembangan Sentral Telepon dan/ atau kebutuhan.
- c. Sewaktu-waktu memeriksa instalasi sambungan telekomunikasi di alamat Pelanggan tanpa pemberitahuan kepada pelanggan terlebih dahulu.
- d. Melakukan pencabutan sambungan telekomunikasi milik Pelanggan apabila Pelanggan melanggar kontrak ini.

4) Kewajiban Telkom :

- a. Menjaga dan merawat sambungan telekomunikasi sampai dengan KTB Pelanggan sehingga dapat berfungsi dengan baik.

---

<sup>57</sup> Ibid.



- b. Memperbaiki gangguan/ kerusakan saluran sambungan telekomunikasi sampai di KTB atas dasar laporan dari Pelanggan.
- c. Mengumumkan atau memberitahukan melalui media masa apabila akan ada perubahan/ penggantian terhadap sambungan telekomunikasi/ nomor telepon Pelanggan sebagaimana dimaksud pasal 5 ayat 1 huruf b.
- d. Memberikan restitusi pembayaran tagihan apabila terbukti ada kesalahan tagihan.

Selanjutnya dalam Pasal 8 diatur mengenai sanksi yang diperuntukkan bagi pelanggan jika melanggar isi perjanjian dalam KBST, yaitu :<sup>58</sup>

- 1) Apabila pelanggan belum/ tidak membayar biaya jasa telekomunikasi sebagai mana dimaksud Pasal 4 Ayat 2 huruf b sampai dengan batas akhir waktu pembayaran dikenakan sanksi sebagai berikut :
  - a. Keterlambatan 1 s/d 10 hari dikenakan sanksi berupa denda sebesar Rp 5.000,- (lima ribu rupiah).
  - b. Keterlambatan 11 s/d 40 hari dikenakan sanksi berupa denda sebesar 2% dari tagihan minimal Rp 10.000 dan sambungan telekomunikasi diisolir fungsi ke luar.
  - c. Keterlambatan 41 s/d 70 hari dikenakan sanksi berupa denda sebesar 5% dari tagihan minimal Rp 15.000 dan sambungan telekomunikasi diisolir ke luar.

---

<sup>58</sup> Ibid.

- d. Lebih dari 70 hari sambungan telekomunikasi dicabut.
- 2) Pencabutan sambungan telekomunikasi dimaksud Ayat 1 Pasal ini tidak mengurangi kewajiban pelanggan, ahli waris atau penggantinya untuk melunasi seluruh tunggakan termasuk dendanya kepada Telkom.
  - 3) Apabila seluruh kewajiban/ tunggakan pelanggan belum dilunasi setelah 90 hari sejak pencabutan maka pengurusan selanjutnya akan dilaksanakan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
  - 4) Apabila pelanggan melakukan pelanggaran terhadap ketentuan larangan sebagaimana dimaksud pasal 6 kontrak ini, dikenakan sanksi pengisoliran yang dapat diikuti dengan pencabutan sambungan telekomunikasinya.
  - 5) Dalam hal sambungan telekomunikasi telah dicabut, kemudian pelanggan berkeinginan untuk berlangganan kembali, maka diperlakukan sebagai calon pelanggan baru sesuai peraturan yang berlaku.

Sementara para ahli lain seperti A. Portumuan Pohan mengatakan bahwa perjanjian baku adalah perjanjian yang klausulnya baku tidak ubahnya suatu perjanjian yang klausulnya sudah membeku sehingga tidak bisa diubah-ubah lagi. Kita mau menerima klausul dari perjanjian itu seperti apa adanya hanya ada alternatif berupa menerima perjanjian

tersebut dengan klausulnya tersebut atau tidak membuat alias menolak perjanjian itu.<sup>59</sup>

Pada dasarnya bentuk sebuah perjanjian itu bebas, perjanjian tidak terikat kepada bentuk tertentu, dapat lisan atau tertulis. Dalam prakteknya, perjanjian baku tumbuh sebagai perjanjian tertulis, dalam bentuk formulir. Pembuatan hukum sejenis yang selalu terjadi secara berulang-ulang dan teratur yang melibatkan banyak orang, menimbulkan kebutuhan untuk mempersiapkan isi perjanjian itu terlebih dahulu dan kemudian dibakukan dan seterusnya dicetak dalam jumlah yang banyak, sehingga setiap saat mudah disediakan jika masyarakat membutuhkan.

Menurut R. Setiawan<sup>60</sup> rumusan perjanjian itu adalah suatu perbuatan hukum dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya atau saling mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Menurut R.M. Suryodiningrat<sup>61</sup>, perjanjian yang dibuat secara sah mengikat pihak-pihak. Perjanjian tersebut tidak boleh ditarik kembali atau dibatalkan secara sepihak saja. Jika ingin menarik kembali atau membatalkan itu harus memperoleh persetujuan pihak lainnya, jadi diperjanjikan lagi. Namun demikian, apabila ada alasan-alasan yang cukup menurut Undang-Undang, perjanjian dapat ditarik kembali atau dibatalkan secara sepihak.

Dalam kehidupan sehari-hari kita kadang tidak menyadari bahwa kita pernah terlibat dalam perjanjian baku. Sebagai contoh, dalam

---

<sup>59</sup> *Pertemuan Ilmiah Tentang Perkembangan Hukum Kontrak Dalam Bisnis Di Indonesia*, halaman 52.

<sup>60</sup> R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Bina Cipta, Bandung, 1986, halaman 49.

<sup>61</sup> R.M. Suryodiningrat, *Azas-Azas Hukum Perikatan*, Tarsito, Bandung, 1985, halaman 113.

pembelian tiket angkutan umum baik bis, kereta api maupun pesawat, secara tidak sadar dengan tiket tersebut kita telah menyetujui suatu perjanjian pengangkutan yang bentuk perjanjiannya adalah perjanjian baku, karena isinya telah ditentukan oleh salah satu pihak yang dalam hal ini adalah pihak pengangkut.

Perjanjian baku sering diistilahkan dengan *take it or leave it contract*, jika konsumen menyetujui salah satu syaratnya, maka konsumen hanya mungkin bersikap menerima atau tidak menerimanya sama sekali, kemungkinan untuk mengadakan perubahan isi sama sekali tidak ada.

Menurut Abdulkadir Muhammad, perjanjian baku memiliki ciri-ciri sebagai berikut :<sup>62</sup>

1). Bentuk perjanjian tertulis

Yang dimaksud perjanjian di sini adalah naskah perjanjian keseluruhan dan dokumen bukti perjanjian yang memuat syarat-syarat baku. Kata-kata atau kalimat pernyataan kehendak yang termuat dalam syarat-syarat baku dibuat secara tertulis berupa akta otentik atau akta di bawah tangan. Karena tertulis, maka perjanjian yang memuat syarat-syarat baku itu menggunakan kata-kata atau susunan kalimat

---

<sup>62</sup> Abdulkadir Muhammad, *Perjanjian Baku Dalam Praktek Perusahaan Perdagangan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992, halaman 6-8.

yang teratur dan rapi. Jika huruf yang dipakai kecil, kelihatan isinya sangat padat dan sulit dibaca dalam waktu singkat. Ini merupakan kerugian bagi konsumen.

2). Format perjanjian dibakukan

Artinya sudah ditentukan model, rumusan dan ukurannya, sehingga tidak dapat diganti, diubah atau dibuat dengan cara lain karena sudah dicetak. Model perjanjian dapat berupa blanko atau formulir yang berisi syarat-syarat perjanjian yang sudah baku. Syarat-syarat tersebut dibuat dengan rinci menggunakan nomor atau pasal yang mengandung arti tertentu yang hanya dipahami oleh pengusaha.

3). Syarat perjanjian ditentukan oleh pengusaha

Syarat perjanjian yang merupakan pernyataan kehendak ditentukan sendiri oleh pengusaha. Karena ditentukan oleh pengusaha, maka sifatnya cenderung lebih menguntungkan pengusaha. Hal ini terlihat dengan adanya klausula eksonerasi, yaitu klausula yang menyatakan pembebasan tanggung jawab pengusaha dari kerugian yang diderita konsumen.

4). Konsumen hanya menerima atau menolak

Jika konsumen menerima syarat-syarat perjanjian yang diajukan, maka ditandatangani perjanjian itu. Dengan demikian konsumen bersedia memikul beban tanggung jawab walaupun nantinya ia tidak bersalah. Jika konsumen tidak setuju dengan syarat perjanjian yang diajukan, ia tidak boleh menawarnya, karena menawar berarti

menolak. Sehingga pilihan yang ada pada konsumen hanya ada dua pilihan yaitu menerima atau menolak (take it or leave it).

5). Penyelesaian sengketa melalui musyawarah atau peradilan

Dalam perjanjian baku terdapat klausula mengenai penyelesaian sengketa. Biasanya klausula tersebut menyatakan sebelum perkara dibawa ke pengadilan akan dimusyawarahkan terlebih dahulu antara dua pihak yang bersengketa.

6). Perjanjian baku menguntungkan pengusaha

Keuntungan yang didapat oleh pengusaha dari perjanjian baku yaitu :

- Efisiensi biaya, waktu dan tenaga.
- Praktis karena sudah tersedia naskah yang siap diisi dan ditandatangani.
- Penyelesaian cepat karena konsumen hanya menyetujui dan menandatangani perjanjian yang disodorkan kepadanya.
- Homogenitas perjanjian yang dibuat dalam jumlah yang banyak.

Menurut A.Z. Nasution, perjanjian baku mengandung sifat yang banyak menimbulkan kerugian terhadap konsumen, terutama untuk perjanjian baku yang sepihak (*eenzijdige standard contract*) atau perjanjian adhesi.<sup>63</sup> Adapun ciri-ciri perjanjian baku menurut A.Z. Nasution, yaitu :<sup>64</sup>

---

<sup>63</sup> A.Z. Nasution, Op. Cit., halaman 63,64.

<sup>64</sup> Subekti, Tjitrosudibio, Op. Cit. halaman 65.

- 1). Isinya ditetapkan secara sepihak oleh pihak yang posisi (ekonominya) kuat.
- 2). Masyarakat (debitur) sama sekali tidak ikut bersama-sama menentukan isi perjanjian.
- 3). Terdorong oleh kebutuhannya, debitur terpaksa menerima perjanjian itu.
- 4). Bentuk tertentu (tertulis).
- 5). Dipersiapkan terlebih dahulu secara massal atau kolektif.

Perjanjian baku mengandung sifat yang banyak menimbulkan kerugian terhadap konsumen. Perjanjian baku yang banyak terdapat di masyarakat dapat dibedakan dalam beberapa jenis, antara lain :<sup>65</sup>

- 1). Perjanjian baku sepihak.

Adalah perjanjian baku yang isinya ditentukan oleh pihak yang kuat kedudukannya di dalam perjanjian itu. Pihak yang kuat di sini adalah pihak kreditur yang lazimnya mempunyai posisi ekonomi kuat dibandingkan pihak debitur, kedua pihak lazimnya terikat dalam organisasi, misalnya pada perjanjian buruh kolektif.

- 2). Perjanjian baku yang ditetapkan oleh pemerintah, ialah perjanjian baku yang isinya ditentukan pemerintah terhadap perbuatan hukum tertentu, misalnya perjanjian yang mempunyai obyek hak atas tanah.
- 3). Perjanjian baku yang ditentukan di lingkungan notaris atau advokat, adalah perjanjian yang konsepnya sejak semula disediakan. Untuk

---

<sup>65</sup> BPHN, Op. Cit. Op. Cit., halaman 63.

memenuhi permintaan anggota masyarakat yang meminta bantuan notaris atau advokat yang bersangkutan. Dalam perpustakaan Belanda jenis ini disebutkan *contract model*.

Walaupun terjadi kesimpangsiuran tentang sah dan tidaknya perjanjian baku, kenyataan di masyarakat menunjukkan perjanjian baku dapat diterima dalam lalu lintas perdagangan. Jadi sebenarnya masyarakat telah memaklumi tentang keberadaan perjanjian baku ini, karena kenyataannya masyarakat memang membutuhkannya.

## **6. Perlindungan Konsumen Di Indonesia**

Masalah perlindungan konsumen di Indonesia muncul setelah adanya program mencintai produksi dalam negeri. Dalam memacu industri dalam negeri, pemerintah banyak memberikan proteksi kepada para pengusaha/produsen, hal ini sering membuat kepentingan masyarakat dalam fungsinya sebagai konsumen terabaikan.<sup>66</sup>

Pada kondisi waktu itu mungkin semua pihak maklum, mengingat kemajuan industri akan banyak menolong dalam mendorong laju perekonomian di Indonesia. Tetapi setelah beberapa waktu berjalan, ada kekhawatiran bila hak konsumen dikekang dan para pengusaha tidak memberikan hasil yang terbaik dalam produknya, sedang di sisi lain

---

<sup>66</sup> Permadi, *Pola Sikap Masyarakat Terhadap Masalah Perlindungan Konsumen*, Simposium Aspek-Aspek Masalah Perlindungan Konsumen, 1980, halaman 3.



produk luar negeri lebih murah dan lebih terjamin kualitasnya, maka apakah pantas produsen diberi proteksi terus-menerus.

Menanggapi hal demikian maka timbullah gagasan untuk memberikan perlindungan terhadap para konsumen.<sup>67</sup> Sebab di samping konsumen mempunyai arti penting dalam mendorong perekonomian suatu negara, mereka juga manusia yang patut dihargai hak-haknya.

#### **a. Pembinaan Penyelenggaraan Pelindungan Konsumen Di Indonesia**

Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen di Indonesia adalah tanggung jawab dari pemerintah. Sementara pelaksanaannya adalah menteri yang terkait. Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen oleh pemerintah diatur dalam Pasal 29 Undang-Undang perlindungan konsumen.

Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen oleh pemerintah dimaksudkan agar :

- 1). Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen.
- 2). Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
- 3). Meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.

---

<sup>67</sup> Ibid.

## **b. Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen Di Indonesia**

Di Indonesia pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen dilakukan oleh pemerintah, masyarakat, serta lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. Pengawasan oleh pemerintah dilaksanakan oleh menteri yang bersangkutan. Masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat melakukan pengawasan terhadap setiap barang/jasa yang beredar di pasaran.

Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat bekerja sama dengan masyarakat dan pemerintah dalam memberantas segala penyimpangan yang terjadi dalam hal perlindungan konsumen dimana mereka bekerja berdasarkan perundang-undangan yang berlaku.

## **7. Perlindungan Produsen Terhadap Itikad Tidak Baik Konsumen**

Hukum perlindungan konsumen muncul karena untuk melindungi kedua belah pihak dari perbuatan yang tidak bertanggung jawab. Jadi, bukan hanya melindungi kepentingan konsumen saja tetapi di sini pihak produsen juga dilindungi.

Produsen sering juga dirugikan kepentingannya oleh konsumen karena banyaknya konsumen-konsumen nakal, yang beritikad tidak baik dalam melakukan hubungan hukum. Seringnya terjadi penipuan oleh para konsumen menyebabkan kerugian di pihak produsen.

Istilah itikad baik (*in good faith, te goeder trouw*) ada dua macam, yaitu sebagai unsur subyektif, dan sebagai ukuran obyektif untuk menilai pelaksanaan. Dalam hukum benda, istilah itikad baik berarti kejujuran atau kebersihan. Dalam Pasal 531 KUHPerdara ditentukan bahwa yang menguasai benda itu beritikad baik apabila menguasainya dengan cara memperoleh hak milik, tanpa mengetahui cacat yang terkandung di dalamnya. Dalam Pasal 533 KUHPerdara ditentukan bahwa itikad baik selamanya harus dianggap ada pada setiap orang yang menguasai benda, barang siapa meragukannya harus membuktikan tuduhannya itu.

Tetapi yang dimaksud dengan itikad baik dalam Pasal 1338 KUHPerdara, bukanlah dalam arti unsur subyektif ini, melainkan pelaksanaan perjanjian itu harus berjalan dengan mengindahkan norma-norma kepatuhan dan kesusilaan. Jadi, yang dimaksud dengan itikad baik di sini adalah ukuran obyektif untuk menilai pelaksanaan perjanjian itu harus berjalan di atas rel yang benar, yaitu harus mengindahkan norma-norma kepatuhan dan kesusilaan.<sup>68</sup>

Konsumen hendaknya bersikap sportif dalam melakukan hubungan hukum dengan produsen. Sebagai contoh dalam melakukan transaksi jual beli baik berupa barang maupun jasa, konsumen harus memiliki itikad baik, membayar sesuai nilai tukar yang disepakati, jika

---

<sup>68</sup> Purwahid Patrik, *Hukum Perdata II (Perikatan yang Lahir Dari Perjanjian dan Undang-Undang)*, FH. UNDIP, Semarang, 1986, halaman 24.

terjadi sengketa wajib mengikuti upaya penyelesaian sengketa hukum tersebut secara patut dan bertanggung jawab.

#### **8. Sanksi Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bagi siapa saja pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang tersebut akan dikenai sanksi. Jenis sanksi yang bisa dikenakan yaitu sanksi administratif dan sanksi pidana, tergantung dengan tingkat kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Menurut ketentuan Pasal 60 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, sanksi administratif akan dikenakan kepada pelaku usaha oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), apabila pelaku usaha :

- Tidak mau bertanggung jawab dengan memberikan ganti rugi (berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan atau pemberian santunan yang sepantasnya) atas kerusakan, pencemaran dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- Tidak mau bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan atas segala macam akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

- Tidak mau menyediakan suku cadang dan atau fasilitas purna jual terhadap barang atau jasa yang diproduksi yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 tahun dan tidak mau memberikan ganti rugi atas kelalaiannya tersebut.
- Tidak memenuhi jaminan atau garansi yang disepakati atau yang diperjanjikan kepada konsumen.
- 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah). Adapun tata cara penetapan sanksi administratif diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan yang lain.

Sanksi pidana akan diberlakukan kepada pelaku usaha berdasarkan Pasal 61, 62, dan 63 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yaitu berupa pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2000.000.000,00 (dua miliar rupiah) bagi pelaku usaha, apabila pelaku usaha :

- Pelaku usaha dalam memproduksi dan atau memperdagangkan barang atau jasa tidak memenuhi standar yang dipersyaratkan, tidak sesuai dengan berat bersih dan isi bersih, tidak sesuai dengan ukuran atau takaran, tidak sesuai dengan kondisi yang dijaminakan, tidak sesuai dengan mutu, tingkatan atau komposisi seperti yang tercantum dalam label, tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa, tidak menggunakan label halal, tidak menggunakan petunjuk penggunaan barang atau jasa.
- Menawarkan, mempromosikan, mengiklankan barang atau jasa secara tidak benar atau menyesatkan.

- Menawarkan atau mempromosikan atau mengiklankan barang atau jasa dengan cara menjanjikan hadiah berupa barang atau jasa lainnya secara cuma-cuma tetapi tidak diberikan.
- Melakukan pemaksaan dalam menawarkan barang atau jasa sehingga menimbulkan gangguan fisik maupun psikis terhadap konsumen.
- memproduksi dan mengedarkan iklan yang mengelabui konsumen tentang kualitas dan kuantitas barang atau jasa, mengelabui jaminan atau garansi terhadap barang atau jasa, memuat informasi yang keliru mengenai barang atau jasa, tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang atau jasa, mengeksploitasi kejadian atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan, melanggar etika peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
- Mencantumkan klausula baku yang menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha, menyatakan pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen dan meminta kembali uang yang telah dibayar, menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan tindakan sepihak berkaitan dengan barang yang dibeli konsumen secara angsuran, mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau jasa yang dibeli konsumen, memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa, menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan

baru atau tambahan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha, menyatakan konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

Terhadap pelaku usaha akan dikenakan sanksi berupa pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), apabila

- Mengelabui atau menyesatkan konsumen melalui cara obral atau lelang.
- Menawarkan, mempromosikan suatu barang atau jasa dengan tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu namun tidak dilaksanakan.
- Tidak memberikan barang yang dibeli konsumen melalui pesanan sesuai dengan perjanjian.

Apabila terjadi pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap, atau kematian terhadap konsumen jasa telekomunikasi akan diberlakukan ketentuan pidana, yaitu menurut Pasal 63 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dimana pelaku usaha akan dikenakan hukuman tambahan berupa perampasan barang tertentu, pengumuman keputusan hakim, pembayaran ganti rugi, perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen, kewajiban penarikan barang dari peredaran, atau pencabutan izin usaha.

## **9. Penyelesaian Sengketa Antara Produsen dan Konsumen**

Jika suatu saat terjadi sengketa antara produsen dan konsumen, maka di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 telah diatur hal tersebut. Di dalam Pasal 23 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dikatakan bahwa apabila pelaku usaha pabrikan atau pelaku usaha distributor menolak atau tidak memberi tanggapan atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen, maka konsumen diberikan hak untuk menggugat pelaku usaha, dan menyelesaikan perselisihan yang timbul melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), atau dengan cara mengajukan gugatan kepada badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Dari Pasal 23 tersebut dapat kita ambil kesimpulan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen selain memberikan kesempatan pada kedua belah pihak untuk menyelesaikan sengketanya melalui pengadilan, kedua belah pihak tersebut juga bisa menyelesaikan sengketanya di luar pengadilan.



### **C. Tinjauan Umum Tentang Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi dan Efektivitasnya**

#### **1. Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi**

Konsistenitas merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yaitu *consistency* yang berarti kekonsistenan, kata dasarnya yaitu konsisten. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia<sup>69</sup>, konsisten berarti tetap; taat asas; ajek; selaras; sesuai. Menurut kamus hukum konsisten dinyatakan sebagai :<sup>70</sup>*having agreement with itself or something else, accordant; harmonist; congruos, compartible, compliable, not contradictory*. Dapat kita artikan dengan sesuai, selaras, sama, dapat dipadukan, dapat diterima, tidak bertentangan dengan sesuatu.

Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi diartikan apakah Undang-Undang Telekomunikasi tersebut konsisten dalam mengakomodasi kepentingan-kepentingan konsumen jasa telekomunikasi baik dilihat dalam hal asas dan tujuan penyelenggaraan jasa telekomunikasi, kewajiban penyelenggara jasa telekomunikasi

---

<sup>69</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1997, halaman 520.

<sup>70</sup> Henry Cambell Black, *Blacks Law Dictionary Six Edition*, St. Paul Minnesofa USA, halaman 38.

terhadap konsumen jasa telekomunikasi, serta sanksi yang berlaku bagi penyelenggara jasa telekomunikasi.

## **2. Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dimaksud yaitu apakah Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tersebut sudah selaras/ sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam rangka perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi di Indonesia.

Dengan demikian bila kita mengkaji konsistenitas antara Undang- Undang Telekomunikasi dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam hubungannya dengan perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi, maka hal tersebut dapat kita lihat dari pasal-pasal yang diatur dalam kedua peraturan tersebut. Juga apakah sanksi yang berlaku menurut Undang-Undang Telekomunikasi selaras dengan sanksi yang berlaku menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Dalam rangka perlindungan hukum terhadap konsumen jasa telekomunikasi, Undang-Undang Telekomunikasi harus konsisten dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hal-hal yang terdapat dalam Undang-Undang Telekomunikasi yang berhubungan dengan konsumen

jasa telekomunikasi yang konsisten dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu bisa dilihat dalam hal penjaminan hak-hak konsumen jasa telekomunikasi, diperbolehkannya perjanjian baku, serta penyelesaian sengketa antara konsumen jasa telekomunikasi dengan penyelenggara jasa telekomunikasi.

### **3. Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi**

Kata efektivitas berasal dari kata keefektifan yang juga berasal dari kata efektif yang berarti ada pengaruhnya atau ada akibatnya atau berpengaruh.<sup>71</sup> Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 tahun 1999 Tentang Telekomunikasi dimaksud seberapa jauh Undang-Undang tersebut efektif dalam mengatur masalah yang berhubungan dengan konsumen jasa telekomunikasi.

Menurut Lawrence M. Friedman<sup>72</sup> ada tiga unsur penting di dalam suatu sistem hukum, yaitu struktur hukum, substansi hukum, dan kultur hukum. Struktur hukum adalah pola yang memperlihatkan tentang bagaimana hukum itu dijalankan menurut ketentuan-ketentuan formalnya. Struktur ini memperlihatkan bagaimana pengadilan, pembuatan hukum dan lain-lain badan serta proses hukum itu berjalan dan dijalankan. Substansi hukum adalah peraturan-peraturan yang dipakai oleh para pelaku

---

<sup>71</sup> Peter Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Peter Salim, Modern English Press, Jakarta, halaman 376.

<sup>72</sup> Lawrence M. Friedman, Dalam Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1991, halaman 154.

hukum pada waktu melakukan perbuatan-perbuatan serta hubungan-hubungan hukum. Kultur hukum adalah sikap dan nilai-nilai yang menjadi pegangan masyarakat yang akan menentukan apakah pengadilan akan dimanfaatkan atau tidak dalam menghadapi suatu masalah hukum.

Dalam rangka membicarakan efektifitas Undang-Undang Telekomunikasi terhadap konsumen jasa telekomunikasi, maka dari segi struktur hukum kita bisa melihat bagaimana PT. Telekomunikasi Indonesia menjalankan fungsinya sebagai salah satu badan penyelenggara telekomunikasi yang juga berhubungan langsung dengan konsumen jasa telekomunikasi di Indonesia apakah benar-benar berpedoman pada Undang-Undang Telekomunikasi atau tidak. Dari segi substansi hukum kita bisa melihat apakah ketentuan-ketentuan dalam Undang-Undang Telekomunikasi telah mengakomodasi kepentingan-kepentingan konsumen jasa telekomunikasi, bagaimana sanksi-sanksi yang diatur dalam Undang-Undang tersebut apakah terlalu berat atau terlalu ringan, apakah ketentuan-ketentuan dalam Undang-Undang Telekomunikasi tersebut konsisten dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dari segi kultur hukum maka kita akan melihat jika sewaktu-waktu terjadi sengketa hukum antara penyelenggara telekomunikasi (dalam hal ini PT. Telkom) dengan masyarakat sebagai konsumen jasa telekomunikasi, maka jalur apakah yang akan digunakan masyarakat dalam menyelesaikan sengketa hukum tersebut, apakah melalui lembaga pengadilan atau lembaga di luar pengadilan.

Ukuran suatu hasil perbuatan dikatakan efektif apabila menimbulkan akibat hasil dan mencapai maksud sebagaimana yang diinginkan jitu atau tepat mengenai sasaran yang dituju. Efektif atau tidaknya suatu peraturan perundang-undangan sangat erat kaitannya dengan masalah-masalah yang timbul selama waktu pengimplementasiannya. Keadaan ini disebabkan karena proses implementasi selalu mengakibatkan lingkungan dan kondisi yang berbeda.

### **BAB III**

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hasil Penelitian**

Setelah dilakukan penelitian mengenai konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi dan efektivitasnya yang dilakukan terhadap Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional IV Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta, Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) serta terhadap beberapa pelanggan/ konsumen jasa telekomunikasi di wilayah Semarang Selatan, maka dapat disajikan hasil penelitian sebagai berikut :

#### **1. Gambaran Umum PT. Telekomunikasi Indonesia**

Berdirinya PT. Telekomunikasi Indonesia bermula dari perjalanan sejarah panjang pertelekomunikasian Indonesia. Berawal dari suatu badan usaha bernama *Post-En Telegraafdienst* yang didirikan berdasarkan *Staasblad* Nomor 52 Tahun 1884 pada masa Hindia Belanda, penyelenggaraan telekomunikasi dilaksanakan oleh swasta. Pada Tahun 1905 tercatat 38 perusahaan telekomunikasi. Kemudian pada Tahun 1906 diambil alih oleh pemerintah Hindia Belanda dengan berdasarkan

*Staatsblad* Nomor 395 Tahun 1906 dan sejak itu berdirilah *Post Telegraaf En Telefoondienst* atau disebut PTT-Dienst.

Berdasarkan *Staatsblad* Nomor 419 Tahun 1927 tentang *Indonesische Bedrijvenwet* (IBW), PTT-Dienst ini ditetapkan sebagai Perusahaan Negara (PN). Pada Tahun 1960 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) Nomor 19 Tahun 1960 oleh Pemerintah Republik Indonesia tentang Persyaratan Suatu Perusahaan Negara, PTT-Dienst memenuhi syarat untuk tetap menjadi suatu Perusahaan Negara (PN).

Kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 240 Tahun 1961 tentang Pendirian Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi disebutkan bahwa Perusahaan Negara sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 IBW dilebur ke dalam Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi. Dalam perkembangan selanjutnya pemerintah memandang perlu untuk membagi PN Pos dan Telekomunikasi menjadi dua yaitu PN Pos dan Giro diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 1965 dan PN Telekomunikasi diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 30 Tahun 1965.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 1974 PN Telekomunikasi berubah menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (PERUMTEL). Dalam PP tersebut dinyatakan bahwa PERUMTEL merupakan badan usaha tunggal penyelenggara jasa telekomunikasi untuk umum, baik hubungan telekomunikasi dalam negeri maupun luar negeri.

Namun untuk hubungan telekomunikasi luar negeri pada saat itu juga diselenggarakan oleh PT. Indonesia *Satellite Corporation* (Indosat) yang masih berstatus perusahaan asing, yaitu dari *American Cable & Radio Corporation* suatu perusahaan yang didirikan berdasarkan peraturan perundang-undangan negara bagian Delaware, Amerika Serikat. Seluruh saham PT. Indosat yang bermodal asing ini pada akhir Tahun 1980 dibeli oleh Negara Republik Indonesia dari *American Cable & Radio Corporation* namun sejak Tahun 2002 ini status kepemilikannya beralih lagi kepada pihak asing yaitu *Singapore Telecommunication* setelah dilakukan divestasi.

Untuk lebih meningkatkan pelayanan jasa telekomunikasi bagi masyarakat umum, pemerintah mengeluarkan PP Nomor 53 Tahun 1980 tentang Telekomunikasi Untuk Umum yang isinya tentang Perubahan atas PP Nomor 22 Tahun 1974. Berdasarkan PP Nomor 53 Tahun 1980, PERUMTEL ditetapkan sebagai badan usaha yang berwenang menyelenggarakan telekomunikasi untuk umum dalam negeri dan PT. Indosat ditetapkan sebagai badan usaha penyelenggara telekomunikasi untuk umum internasional.

Dengan ditetapkannya Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi, maka usaha penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia mendapatkan angin segar dalam pengembangan dan pembangunannya. Dalam rangka peningkatan efisiensi dan efektivitas usaha jasa telekomunikasi, berdasarkan PP Nomor 25 Tahun 1991 status



PERUM berubah menjadi PT. (Persero) sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1969. Sejak saat itu berdirilah perusahaan perseroan (Persero) telekomunikasi atau lebih dikenal dengan nama PT. Telekomunikasi Indonesia (PT. Telkom).

Dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi maka Undang-Undang yang lama yaitu Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi dinyatakan tidak berlaku lagi. Banyak perubahan yang terjadi dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 di antaranya yaitu status PT. Telkom yang dulunya memonopoli penyelenggaraan jasa telekomunikasi umum dalam negeri sekarang dicabut karena pihak lain juga diberikan kesempatan yang sama yaitu PT. Indosat.

Penyelenggaraan telekomunikasi oleh PT. Telkom di Indonesia dilakukan oleh 7 Divisi Regional yang tersebar di seluruh wilayah nusantara, yaitu Divisi Regional I Sumatera, Divisi Regional II Jakarta, Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten, Divisi Regional IV Jateng dan DIY, Divisi Regional V Jatim, Divisi Regional VI Kalimantan, Divisi Regional VII Kawasan Timur Indonesia.

## **2. Produk-Produk Telekomunikasi Yang Disediakan PT. Telkom**

Berdasarkan penelitian penulis pada PT. Telkom Divre IV Jateng & DIY, hingga Tahun 2003, PT. Telkom telah menyediakan produk-produk telekomunikasi yang diperuntukkan bagi konsumen jasa

telekomunikasi yang terdiri dari Jasa Teleponi Dasar, Jasa Nilai Tambah Teleponi yang dikenal juga dengan Jasa Japati, Jasa Telekomunikasi Tulisan, Jasa Sirkuit Langganan, Jasa Pasopati, Jasa Satelit, serta Jasa Multimedia. Berikut akan penulis paparkan satu persatu mengenai produk-produk tersebut :

a. Jasa Teleponi Dasar yaitu jasa telekomunikasi yang dapat dilayani hanya dengan perangkat jaringan telekomunikasi dasar (*network element*). Banyak fasilitas telekomunikasi yang termasuk ke dalam jenis jasa teleponi dasar yaitu :<sup>73</sup>

- Telepon Pelanggan, adalah fasilitas telekomunikasi yang ada di tempat pelanggan. Dalam hal ini pelanggan adalah badan hukum atau perorangan yang telah menandatangani kontrak dengan PT. Telkom, untuk berlangganan sambungan telekomunikasi dan bertanggung jawab atas segala akibat yang timbul dari padanya. Sambungan telepon pelanggan terdiri dari bermacam-macam yaitu untuk pelanggan bisnis, pelanggan perumahan, pelanggan sosial, telepon dinas, sambungan telepon otomatis dan telepon manual.
- Telepon Umum, yaitu fasilitas telepon yang diperuntukkan bagi kepentingan umum, bukan pribadi atau dinas. Terdiri dari telepon umum *coin* baik itu *coin* tunggal maupun *multi coin* , telepon umum kartu, warung telekomunikasi (wartel).

---

<sup>73</sup> Direktorat Operasi dan Pemasaran PT. Telekomunikasi Indonesia, *Katalog Produk*, Bandung, 2001, halaman 1 – 8.

- *Long Distance Subscriber (LDS)*, adalah fasilitas telekomunikasi yang atas permintaan pelanggan bersangkutan dicatu dari sentral di luar daerah pelayanan (*coverage area*) sentral setempat. Dari terminal pelanggan ke sentral pencatunya biasanya digunakan sirkuit langganan.
  - Sentral Telepon Langganan (*Private Branch*), adalah sentral telepon langganan otomatis/ tidak otomatis yang dipasang di tempat pelanggan dan tersambung dengan sentral telepon milik PT. Telkom.
  - Centrex (*Centralized Exchange*), pada prinsipnya layanannya sama dengan sentral telepon langganan, hanya saja bedanya PBX berada pada sistem sentral telepon otomatis. Pelanggan centrex dapat melakukan *long distance* dalam satu *closer group*.
  - *Faksimilie* dan *Birofaks*, *faksimilie* adalah fasilitas untuk mengirim dokumen faks dengan pesawat *faksimilie* melalui jaringan telepon. Perhitungan pulsa *faksimilie* tidak berbeda dengan perhitungan pulsa dalam penggunaan telepon. Sementara *birofaks* adalah fasilitas *faksimilie* yang dioperasikan pada loket-loket pelayanan PT. Telkom atau di wartel tipe A.<sup>74</sup>
- b. Jasa Nilai Tambah Teleponi dikenal juga dengan Japati (Jaringan Pinter Teknologi Informasi), yaitu fasilitas tambahan yang diberikan kepada pelanggan, dengan memanfaatkan perangkat tambahan di sisi

---

<sup>74</sup> Ibid, halaman 31-32.

sentral maupun di sisi terminal yang akan meningkatkan manfaat dengan menawarkan beberapa kemudahan dan nilai lebih lainnya kepada pelanggan dalam berkomunikasi. Penyelenggaraan jasa nilai tambah teleponi di Indonesia di antaranya yaitu dengan diadakannya fasilitas-fasilitas :<sup>75</sup>

- Kartu Panggil (*Calling Card*), yaitu layanan jasa telekomunikasi yang memungkinkan pelanggan/ pemilik kartu panggil dapat melakukan percakapan telepon baik lokal, Sambungan Langsung Jarak Jauh (SLJJ) maupun Sambungan Langsung Internasional (SLI) dari semua terminal telepon dan dari semua jenis pesawat telepon yang sudah dibuka aksesnya berdasarkan ketentuan, dengan tagihan dibebankan kepada nomor kartu panggil yang digunakan. *Calling Card* juga dapat digunakan untuk melakukan percakapan ke operator lain sepanjang teknis dan kesepakatan interkoneksi memungkinkan.
- Telkommemo, adalah suatu produk jasa *mail box* yang disediakan bagi pelanggan dengan mempergunakan perangkat *Voice Proccessing System* (VPS) yang diintegrasikan dengan suatu sentral telepon.
- Permata (Percakapan Melalui Telepon Anda), adalah layanan *audio conference* yang memungkinkan seluruh pelanggan telepon baik *fixed* maupun *mobile*, untuk mengadakan pertemuan/

---

<sup>75</sup> Ibid, halaman 19-28.

pembicaraan melalui telepon. Permata mempunyai kemampuan untuk melayani percakapan sampai 30 pemanggil dalam satu konferensi. Jumlah setiap peserta konferensi dapat diatur sesuai dengan keinginan penyelenggara pertemuan.

- *Free Call* (0.800), adalah layanan yang memberikan kemudahan kepada masyarakat luas untuk menghubungi pelanggan *free call* dari manapun di seluruh Indonesia tanpa dikenakan biaya (biaya percakapan ditagihkan kepada yang dipanggil/ *reverse charging*).
- *Premium Call* (0.809), adalah layanan *value added* (jasa nilai teleponi tambahan) yang dapat digunakan oleh sebuah badan usaha maupun perorangan untuk menyediakan jasa informasi konsultasi kepada masyarakat dengan tarif premium (*flat per menit*) yang akan dibebankan kepada pemanggil (*user*).
- *Votecall* (0.806), merupakan layanan untuk menyelenggarakan pemungutan suara (*voting*) dengan menggunakan telepon. Dengan fasilitas ini pelanggan *votecall* dapat langsung mengetahui hasil opini/ *voting* dalam jumlah besar (*mass call*) dalam waktu relatif singkat.
- *Unicall* (0.807), adalah layanan yang memberikan kemudahan kepada pelanggan sehingga dapat dihubungi melalui satu nomor tertentu dari mana saja, meskipun terdapat banyak lokasi pelanggan yang tersebar. Panggilan secara otomatis akan tersambung kepada pelanggan dengan lokasi terdekat.

- *Creditcall* (0.808), fasilitas ini memungkinkan pelanggan *creditcall* dapat menelpon dimanapun atau dengan beberapa jenis telepon dimana biaya pemakaian dibebankan pada rekening pemegang kartu *creditcall*, bukan kepada pesawat telepon yang digunakan.
- *Split Charging* (0.804), adalah produk JAPATI yang memungkinkan pembebanan biaya percakapan secara terpisah (*split*) sesuai permintaan antara pemanggil dan pelanggan *split charge*.
- *Virtual Net* (0.805), adalah jasa yang menyediakan suatu fungsi jaringan pribadi kepada para pengguna jasa melalui penggunaan jaringan telekomunikasi umum.
- *Special Service* (Jasa Informasi), adalah layanan informasi yang disediakan PT. Telkom untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam memperoleh berbagai macam informasi melalui telepon.
- Sambungan Telepon Melalui Operator, adalah permintaan yang diajukan oleh pemakai jasa telepon kepada operator melalui nomor-nomor khusus untuk menyambungkan ke nomor tujuan. Permintaan percakapan dapat berupa percakapan interlokal maupun percakapan internasional. Layanan ini umumnya digunakan untuk panggilan ke tujuan yang belum dapat dilayani fasilitas SLJJ atau panggilan dengan alasan khusus.

- *Call Centre/ Puspa* (Pusat Pelayanan), adalah organisasi yang memiliki fungsi utama untuk menerima panggilan (*incoming call*) dan atau melakukan *outgoing call* yang operasionalnya berbasis teknologi informasi dan *data base* yang terintegrasi. Ada tiga kelompok layanan informasi, yaitu kelompok layanan informasi 108, kelompok *customer care* dan layanan *commercial customer care* (untuk pelayanan publik). PUSPA merupakan suatu bentuk *customer education* PT. Telkom kepada pelanggan dalam rangka mengkampanyekan/ mempromosikan sistem *call centre* sebagai *media customer care/ service* bagi perusahaan-perusahaan. Beberapa perusahaan yang menjadi *target market* layanan ini adalah perusahaan pariwisata, perdagangan, restoran dan hotel, transportasi, jasa telekomunikasi dan perbankan.
- *Nada Sela (Call Waiting)*, merupakan fasilitas telepon yang dapat mengetahui setiap panggilan yang masuk dan masih dapat diterima tanpa harus memutuskan pembicaraan terlebih dahulu.
- *Lacak (Call Forwarding)*, merupakan fasilitas yang bermanfaat untuk mengalihkan tujuan panggilan ke setiap nomor yang diinginkan sesuai dengan keperluan pelanggan.
- *Trimitra (Three Party)*, adalah fasilitas yang dapat melakukan panggilan telepon tanpa harus memutuskan pembicaraan terlebih dahulu, pembicaraan dapat dilakukan bergantian atau bersama-sama.

- Sandinada (*Abbreviated Dialing*), yaitu suatu fasilitas yang memungkinkan untuk mempersingkat dan menyimpan nomor-nomor telepon yang sering dihubungi. Dengan fasilitas ini pelanggan dapat menyimpan kependekan nomor sebanyak 5, 10, 20, 30..., 100 sehingga dapat mempercepat proses *dialing* ke nomor-nomor yang diinginkan.
- Andara (*Hotline Delay*), merupakan fasilitas yang dapat menyambungkan hubungan telepon secara otomatis ke suatu nomor tertentu yang diinginkan.
- *Hunting System*, adalah suatu jenis layanan yang operasionalnya mengelompokkan nomor induk berikut nomor ikutannya menjadi satu nomor identitas bagi pelanggan sehingga pelanggan mudah mengingat nomor tersebut. Aplikasi layanan *hunting* dapat juga diterapkan pada nomor-nomor khusus.
- KLIP (Ketahui Langsung Identitas Pemanggil), adalah fasilitas yang memungkinkan pelanggan untuk mengetahui nomor pemanggil pada terminal khusus (KLIP). Dengan fasilitas ini akan menghindarkan pengguna dari panggilan yang tidak diinginkan. Untuk berlangganan fasilitas ini terminal telepon di sisi pelanggan harus ada *display* atau perlu dipasang perangkat tambahan yang dapat menampilkan nomor digital.



- *Key Word*, fitur yang memungkinkan adanya pilihan bagi pelanggan untuk aktivasi atau deaktivasi sistem layanan sentral, misalnya deaktivasi untuk akses SLJJ dan SLI.
- Sambungan Langsung Internasional (SLI), adalah suatu fasilitas yang diberikan pada telepon pelanggan/ Wartel sehingga pesawat telepon dengan fasilitas tersebut dapat digunakan untuk mengadakan percakapan internasional secara langsung (tanpa melalui operator) melalui Sentral Gerbang Internasional (SGI). Untuk aktivasi akses SLI tidak dikenai biaya, pelanggan hanya diminta untuk mengisi formulir permohonan. Sembilan fasilitas terakhir di atas disebut juga *Supplementary Service* (Jasa Fitur).<sup>76</sup>

c. Jasa Telekomunikasi Tulisan

Jasa telekomunikasi tulisan (*text and message communication service*), terdiri dari :<sup>77</sup>

- *Telex*, merupakan fasilitas telekomunikasi yang memungkinkan pelanggan dapat saling berhubungan secara tertulis dengan menggunakan pesawat *teleprinter*.
- *Telegram*, adalah pengiriman/ pengisyratan berita dalam bentuk tulisan yang diminta memakai jasa untuk diteruskan dan disampaikan kepada alamat tujuan. *Telegram* sering disebut dengan surat kawat.

---

<sup>76</sup> Ibid, halaman 11-16.

<sup>77</sup> Ibid, halaman 31,32.

Teknologi komunikasi tulisan sebenarnya sudah lama dikenal. Pada mulanya hanya dikenal *Telex* dan *Telegram* tetapi sekarang sudah ada teknologi komunikasi tulisan yang dikenal dengan *Short Message Service* (SMS). Demikian pesat teknologi telekomunikasi berkembang sehingga kita sebagai konsumen jasa telekomunikasi bebas untuk memilih produk mana yang akan kita gunakan.

d. Jasa Sirkuit Langganan (*Leased Channel*)

Jasa sirkuit langganan adalah suatu sambungan saluran dan atau aluran telekomunikasi dengan koneksi permanen maupun *virtual*, digunakan untuk pemakaian eksklusif antara dua lokasi terpisah. Sirkuit langganan terdiri dari sirkuit langganan analog, sirkuit langganan digital.<sup>78</sup>

Teknologi sirkuit langganan juga berperan dalam memenuhi kebutuhan konsumen jasa telekomunikasi. Manfaatnya sebagai penyalur sinyal analog dan atau sinyal digital dengan jaminan *service* berdasarkan jarak, lebar pita, kecepatan (*speed*) dan kontinuitas pelayanan, sesuai keinginan pelanggan memang sangat dibutuhkan dalam pemakaian eksklusif antara dua lokasi terpisah.

e. Jasa Pasopati (Paduan Solusi Pelayanan Teknologi) adalah suatu teknologi yang memungkinkan perpaduan jasa telekomunikasi dalam bentuk suara, gambar atau data, disalurkan melalui satu saluran. Jasa

---

<sup>78</sup> Ibid, halaman 35.

Pasopati terdiri dari Layanan *Micro Access* dan Layanan *Macro Access*.<sup>79</sup>

f. Jasa Satelit

Satelit adalah obyek buatan manusia yang mengorbit bumi dengan suatu misi. Macam-macam satelit berdasarkan misinya yaitu :<sup>80</sup>

- Satelit komunikasi.
- Satelit radio.
- Satelit cuaca.
- Satelit mata-mata.

Penempatan satelit oleh suatu negara atau badan hukum diatur oleh badan regulasi satelit *International Telecommunication Union* (ITU). Pengaturan tersebut dilakukan karena ruang angkasa tempat dimana satelit ditempatkan, merupakan sumber daya alam yang terbatas sehingga dengan pengaturan tersebut tidak terjadi rebutan tempat. Di samping itu pengaturan dilakukan agar antar satelit tidak saling mengganggu frekuensinya.

Penggunaan satelit untuk komunikasi mempunyai beberapa keunggulan dan kekurangan, diantaranya :<sup>81</sup>

Keuntungannya :

- Penambahan pertitik pada sistem komunikasi cepat dan murah.
- Availabilitas komunikasi yang tinggi.

---

<sup>79</sup> Ibid, halaman 39.

<sup>80</sup> J Indri Prijatmodjo, Mudrik Baasir, *Teknologi Komunikasi Satelit Dan Aplikasinya*, Semarang, 1998, halaman 3.

<sup>81</sup> Ibid, halaman 12.

- Daerah cakupan yang luas.

Kekurangannya :

- Investasi awal yang besar.
- Pembuatan satelit memakan waktu yang cukup lama.
- Membutuhkan komponen dengan reliabilitas yang tinggi.

Untuk pertama kalinya Indonesia telah meluncurkan satelit pada Tahun 1976 yang kita kenal dengan satelit palapa. Perlu kita ketahui bahwa satelit komunikasi yang pertama diluncurkan yaitu *Telesera* yaitu tahun 1962, yang memungkinkan terjadinya hubungan antara Amerika Serikat dan Inggris.

Jasa satelit terdiri dari :

- *Transponder Leased (Sewa Transponder)*, adalah kanal atau saluran pada satelit. *Transponder* yang disewakan adalah *transponder* satelit yang bekerja pada pita frekuensi radio klasifikasi C (*C-Band*) dan masing-masing memiliki lebar pita (*band-width*) 36 MHz. *Transponder* dapat disewa secara penuh maupun sebagian (*partial*), baik secara permanen maupun temporer (*short term*).
- *TV Broadcasting* :
  - *Mobile TV Transmission*, adalah terminal yang digunakan dari lokasi pelanggan untuk memancarkan program TV ke satelit dengan menggunakan perangkat TV *up-link*. Jasa ini biasa digunakan untuk siaran langsung yang diselenggarakan di luar stasiun televisi.

- *Fixed TV Transmission*, adalah jasa layanan untuk memancarkan (*broadcast*) program TV dari stasiun TV pusat ke stasiun-stasiun *relay* di daerah-daerah.
- *Teleconference* :
  - *Indonet*, adalah suatu sistem siaran *audio video* yang dipancarkan dari studio pemancar dari Jakarta atau Bandung, dan diterima oleh studio penerima di Kandatel atau gedung lainnya, sehingga memungkinkan komunikasi interaktif antara penceramah di studio pemancar dengan pemirsa di studio penerima. Pemirsa aktif menggunakan *audio* dan *video* melalui satelit.
  - *Video & Audio Conference*, adalah fasilitas komunikasi untuk berkonferensi jarak jauh antara 2 (dua) kota yang dapat menampilkan suara dan gambar melalui satelit. *Teleconference* ini sangat sesuai untuk pertemuan/ rapat jarak jauh, karena menekan biaya perjalanan dan menghemat waktu.
  - Jaringan Komunikasi Data Melalui Satelit (*Very Small Aperture Terminal/ VSAT*), merupakan bagian sistem komunikasi (*voice, data* atau *image*) yang memanfaatkan satelit untuk menghubungkan remote terminal (*Personal Earth Station*) yang tersebar di beberapa lokasi dengan terminal-terminal lain melalui *Hub Station*. Dengan sistem VSAT ini memungkinkan pelanggan berkomunikasi dengan terminal-

terminal lain yang terletak di daerah terpencil (belum terjangkau fasilitas komunikasi). Pelanggan VSAT dapat melakukan komunikasi antar *host*, *host* dengan *remote terminal*. PES dapat diletakkan pada daerah yang terisolasi atau di lokasi yang terjangkau saluran telepon tetapi pelanggan menginginkan keandalan dan keamanan data secara eksklusif.<sup>82</sup> Teknologi sirkuit langganan juga berperan dalam memenuhi kebutuhan konsumen jasa telekomunikasi. Manfaatnya sebagai penyalur sinyal analog dan atau sinyal digital dengan jaminan *service* berdasarkan jarak, lebar pita, kecepatan (*speed*) dan kontinuitas pelayanan, sesuai keinginan pelanggan memang sangat dibutuhkan dalam pemakaian eksklusif antara dua lokasi terpisah.

g. Penyelenggaraan Jasa Multimedia.

Dasar dari arus informasi multimedia adalah jaringan internet yang semakin meluas penggunaannya sekarang ini. Internet merupakan jaringan informasi global yang sangat terbuka. Kita dapat mengakses data dan gambar yang kita butuhkan melalui internet. Demikianlah internet sangat berperan dalam dunia informasi saat ini.

Melalui multimedia kita juga dapat mengakses suara selain data dan gambar. Hampir semua informasi bisa kita dapatkan melalui

---

<sup>82</sup> Ibid, halaman 43,44.

multimedia. Begitu banyak keuntungan yang bisa kita dapat dari teknologi informasi multimedia. Bahkan sekarang kita dapat menggunakan teknologi informasi multimedia ini melalui telepon bergerak selular dengan fasilitas MMS (*Multimedia Message Service*) yang disediakan oleh *provider* telepon tersebut namun sekarang masih sebatas jenis pesawat yang digunakan.

Salah satu jenis penyelenggaraan jasa multimedia yaitu internet. Internet merupakan jasa telekomunikasi yang menawarkan layanan berbasis teknologi informasi. Internet<sup>83</sup> adalah sebuah dunia maya yang melintasi batas negara, sehingga peraturan negara manapun yang mengatur mengenai lalu lintas informasi di internet akan berdampak secara luas, bukan hanya pada negara tersebut tapi juga banyak negara di dunia ini yang telah terkoneksi dengan internet. Jasa-jasa multimedia yang disediakan PT. Telkom yaitu .<sup>84</sup>

- Telkomnet, adalah *backbone* transportasi multimedia dengan layanan akses multimedia yang bervariasi baik dari segi kecepatan, keandalan, dan keamanan. Telkomnet terdiri dari :
  - Telkomnet Global, biasa dikenal dengan *infonyet global frame relay*, adalah layanan komunikasi data global yang memungkinkan pelanggan untuk menghubungkan kantor-kantor cabang mereka di seluruh dunia.

---

<sup>83</sup> Ari Juliano Gema, *Kerahasiaan Informasi Di Internet*, [www.theceli.com](http://www.theceli.com), 26 April 2000.

<sup>84</sup> Direktorat Operasi dan Pemasaran PT. Telekomunikasi Indonesia, Op. Cit., halaman 47-53.

- *Telkomnet VPN Dial*, yaitu layanan akses ke *server* dan aplikasi *corporate*/ kantor pusat secara *on-line* dengan cara mudah, murah dan aman.
- *Telkomnet Internet* biasa dikenal dengan *Telkomnet Instan*, merupakan layanan akses internet dengan *dial up* (0809 8 9999) melalui jaringan Telkomnet dengan tarif premium. Pada layanan ini pelanggan tidak perlu berlangganan internet (*unregistered*), dan tidak dikenakan biaya bulanan.
- *Telkomnet Access* yang lebih dikenal dengan *DINAccess* (*Dedicated Network Access*), adalah bagian layanan Telkomnet yang menyediakan transportasi multimedia, memberikan layanan *part dedicated* dengan kecepatan bervariasi, andal, dan aman dengan kemampuan *end to end service*, konfigurasi *backbone* yang besar serta tersebar dan dikendalikan secara terpusat.
- *Electronic Mega Mall* (EMM), adalah fasilitas multimedia yang memberikan layanan baik transaksi, informasi maupun hiburan secara elektronik baik pada pembeli, penjual maupun lembaga-lembaga keuangan. EMM terdiri dari :
  - *Enhanced TV*, dikenal dengan *Home-Net*, adalah layanan akses interaktif terpadu melalui media telepon dan TV untuk akses layanan pendidikan, bermain, belanja, informasi, transaksi dan hiburan untuk keluarga di rumah.



- *Secure Transaction*, lebih dikenal dengan *E-Commerce*, adalah transaksi secara elektronik pada suatu sistem layanan internet yang memungkinkan pengguna internet melakukan pembelian transaksi suatu produk.
- *Commercial Hosting*, lebih dikenal dengan *PLASA.COM*, adalah layanan *hosting* dengan mengelompokkan informasi hosting ke dalam komuniti-komuniti yang sama. *Plasa.Com* menyediakan layanan JALINAN (Belajar, Bermain, Belanja, Transaksi, Informasi dan Hiburan) yang dapat pula diakses melalui *HOME-Net* (MELATI = melalui TV dan PC).
- *Solution for Enterprise Network* (SEN), adalah layanan “total solusi” untuk pelanggan *corporate*, berupa jaringan komunikasi data sesuai dengan kebutuhan pelanggan (*on demand*). Layanan SEN berupa VPN (*Virtual Private Network*) yang dikelola oleh PT. Telkom secara keseluruhan. Layanan ini menjamin ketersediaan jaringan dan aplikasi setiap saat, di setiap tempat.

Keunggulan lain dari internet dibanding sistem telekomunikasi yang *telephoni*, adalah :<sup>85</sup>

- a. Layanan informasi, *homepage* yang ada di internet berfungsi memberikan informasi pribadi atau organisasi dengan tujuan melakukan promosi atau bantuan melalui internet dan juga dapat mengakses informasi lebih cepat.

---

<sup>85</sup> Unit Pengembangan Komputer, Op. Cit.

- b. Mengirim surat secara cepat, dengan menggunakan *electronic mail* (*e-mail*) hanya dalam beberapa detik saja surat dapat sampai ke tujuan.
- c. Mengirim/ menerima file/ data antar komputer.
- d. Komunikasi/ bicara tanpa batas negara dengan pulsa lokal, melalui *key board/ tulisan (Internet Relay Chat/ IRC)* atau MIC/ suara (*Webphone*).

Hingga saat ini produk-produk PT. Telkom yang paling banyak diminati dan dipergunakan oleh masyarakat adalah telepon pelanggan, telepon umum (baik kartu maupun koin), Warung Telekomunikasi (Wartel), faksimili serta jasa Japati terutama *Premium Call*. Masyarakat banyak memilih produk-produk tersebut karena lebih dikenal dibanding produk-produk yang lain.

## **2. Kasus-Kasus Pengaduan Konsumen Jasa Telekomunikasi**

Selama menggunakan produk-produk yang disediakan PT. Telkom seperti yang telah penulis sajikan pada halaman-halaman sebelumnya, para konsumen jasa telekomunikasi ternyata juga sering mengeluh terhadap produk-produk yang mereka gunakan tersebut. Berdasarkan penelitian, hanya beberapa produk PT. Telkom tersebut di atas yang sering di komplain oleh konsumen jasa telekomunikasi, tidak semua produk yang digunakan konsumen yang di komplain, hanya terhadap produk-produk yang lebih sering dan lebih banyak digunakan.

Yang sering terjadi yaitu komplain terhadap telepon pelanggan, telepon umum (baik kartu maupun koin), Warung Telekomunikasi (Wartel), faksimili serta jasa Japati terutama *Premium Call*. Komplain biasanya seputar rekening/ tagihan pulsa, gangguan sambungan telekomunikasi, pelayanan pasang baru atau mutasi, akibat sikap pegawai PT. Telkom, tarif, Wartel, fasilitas telepon umum (kartu maupun koin).

Berbagai kasus sering terjadi, seperti adanya pemutusan hubungan telepon secara sepihak oleh pihak PT. Telkom dengan tuduhan tidak membayar tagihan pada bulan selanjutnya. Padahal setelah diselidiki kesalahan terjadi dari pihak rekanan PT. Telkom yang terlambat dalam menyerahkan bukti pembayaran pada PT. Telkom.

Masalah tarif juga sering dipermasalahkan oleh para pelanggan. Penetapan tarif oleh PT. Telkom sering membuat para pelanggan merasa keberatan, kenaikan tarif yang dilakukan dari tahun ke tahun terasa semakin tidak proporsional dengan keadaan para pelanggan, mereka menilai tarif baru terlalu mahal dan cukup mencekik, namun karena mereka sangat membutuhkan sarana tersebut maka mereka hanya sebatas berkeluhkesah saja dan dengan terpaksa menerima keputusan penaikan tarif tersebut. Untuk tarif pulsa lokal misalnya, sering terjadi klaim dari pelanggan karena di sini pihak PT. Telkom kurang transparan kepada pelanggan, dimana PT. Telkom sendiri tidak menyediakan *print out* yang merupakan bukti pemakaian pulsa lokal oleh pelanggan. Penggunaan tarif pulsa Sambungan Langsung Jarak Jauh (SLJJ) dan Sambungan Langsung

Internasional (SLI) seringkali dinilai sangat memberatkan, dan tidak jarang para pelanggan mengeluh dengan kehadiran *Premium Call* (Pulsa Premium) yang termasuk dalam JAPATI sejak beberapa tahun yang lalu, seperti penetapan tarif Rp 3.500,-/ menit setiap kali mengikuti kuis berhadiah dan lainnya.

Kebijakan pemerintah yang sering menaikkan tarif jasa telekomunikasi dinilai konsumen jasa telekomunikasi merupakan langkah yang kurang tepat karena saat ini konsumen tidak mungkin menanggung beban kenaikan yang cukup tinggi akibat krisis ekonomi yang hingga sekarang masih berlanjut. Satu-satunya cara yang efektif menurut konsumen seperti yang dituturkan oleh Bapak Ari<sup>86</sup> adalah jika pemerintah tetap tidak bisa menunda kenaikan tarif jasa telekomunikasi, konsumenlah yang mesti mengambil tindakan yaitu dengan tidak berlama-lama berbicara melalui telepon kalau pembicaraan tersebut tidak begitu penting.

Kenaikan tarif tersebut ternyata sangat berdampak pada masyarakat menengah ke bawah sehingga banyak dari mereka mengurungkan niatnya untuk memasang sambungan telepon baru, bahkan ada yang menghentikan berlangganan sama sekali seperti yang dituturkan oleh Bapak Junaedi<sup>87</sup> seorang Pegawai Negeri Sipil (PNS), yang mengatakan bahwa beliau sudah tidak sanggup lagi untuk membayar

---

<sup>86</sup> Ari Kumala Santoso (Konsumen Jasa Telekomunikasi), *Wawancara Pribadi*, Semarang, 18 Agustus 2003.

<sup>87</sup> Junaedi Sumangunsong (Konsumen Jasa Telekomunikasi), *Wawancara Pribadi*, Semarang, 23 Agustus 2003.

rekening telepon perbulan, beliau memutuskan untuk berhenti berlangganan.

Namun tidak sedikit yang tetap mempertahankan untuk berlangganan karena mengingat betapa pentingnya telepon, seperti yang dituturkan oleh Bapak Budi Santoso<sup>88</sup> beliau mengatakan bahwa meskipun tarif telepon selalu naik namun beliau terpaksa harus tetap berlangganan karena beliau dan keluarganya sangat membutuhkan untuk keperluan usahanya, yaitu usaha katering kecil-kecilan.

Menurut PT. Telkom dilaksanakannya kenaikan tarif tersebut disebabkan terjadinya depresiasi nilai rupiah yang cukup tajam terhadap *dollar* Amerika beberapa waktu yang lalu. Perhitungan tarif lama dinilai sudah tidak memadai lagi dari segi perhitungan bisnis terutama dalam rangka mempertahankan *revenue and expense*<sup>89</sup>, kecenderungannya jelas menyebabkan perusahaan rugi dalam melakukan pengembalian akibat rugi kurs tersebut. Hal tersebut disebabkan pembiayaan dan pengembalian pinjaman diperoleh dari *revenue* pendapatan pulsa dihitung rupiah malah melemah. Sehingga langkah penyesuaian mendesak diberlakukan. Alasan ini dikemukakan untuk mendukung langkah tersebut adalah fakta besar tarif di Indonesia adalah paling murah di dunia dibanding negara-negara lain.

---

<sup>88</sup> Budi Santoso (Konsumen Jasa Telekomunikasi), *Wawancara Pribadi*, Semarang, 1 September 2003.

<sup>89</sup> Sukandardji (*Regional Complain* PT. Telkom DIVRE IV Jateng & DIY), *Wawancara Pribadi*, Semarang, 10 September 2003.

Belum lagi pelayanan petugas PT. Telkom yang sering dirasa kurang oleh pelanggan pada saat setiap kali dibutuhkan untuk memperbaiki fasilitas telepon yang sering mengalami gangguan, dimana selalu bertele-telanya pihak PT. Telkom dalam menanganinya, sementara dengan kerusakan fasilitas telepon yang dialami pelanggan membuat pelanggan sulit untuk melaksanakan aktivitasnya dalam berhubungan dengan yang lain. Demikian juga terhadap pemasangan baru telepon yang juga sering dikomplain oleh pelanggan, dimana pemasangan baru itu sering memakan waktu yang lama sementara pelanggan sudah memohon untuk dipasangkan telepon sejak lama.

Mutu yang kurang baik dari kartu telepon yang digunakan pelanggan dimana tidak jarang kartu tersebut tidak bisa digunakan lagi meskipun pulasanya masih ada dan tidak jarang kartu tersebut termakan oleh alat atau mesin telepon itu sendiri. Hal tersebut juga merugikan konsumen. Terhadap hal tersebut pengawasan dari petugas PT. Telkom memang dibutuhkan sekali untuk dilakukan pengecekan terhadap fasilitas umum tersebut.

Masyarakat sebagai konsumen juga kadangkala melakukan komplain terhadap pelayanan Wartel. Banyak Wartel yang tidak mengindahkan ketentuan harga standar untuk telepon dan *faximilie* sehingga terjadi perbedaan harga antara wartel yang satu dengan Wartel yang lain. Hal tersebut jelas merugikan konsumen. Selain itu ada pihak Wartel yang tidak menggunakan telepon dengan petunjuk tarif, tidak salah

kalau konsumen kadang-kadang curiga kemungkinan terjadi permainan tarif oleh pihak Wartel. Di sini pengawasan PT. Telkom terhadap Wartel- Wartel yang tersebar di setiap tempat harus lebih ditingkatkan demi terselenggaranya pelayanan jasa telekomunikasi yang baik yang tidak merugikan konsumen.

Berikut penulis sajikan tabel data pengaduan pelanggan atau konsumen jasa telekomunikasi yang dikirim melalui Yantel, telepon (162), surat, media masa/ koran, radio, LP2K, website/ akses ke PT. Telkom sepanjang tahun 2002 s.d 2003 :

**TABEL 1**  
**DATA PENGADUAN PELANGGAN TAHUN 2002 s.d 2003**

NO	PENGADUAN DIKIRIM MELALUI	JUMLAH PENGADUAN TH 2002	JUMLAH PENGADUAN TH 2003
1	Yantel	10614	5328
2	Telepon (162)	355	592
3	Surat	1725	1804
4	Media Masa / Koran	106	141
5	Radio	0	63
6	LP2K	1	10
7	Website/ Akses ke Telkom	135	0
	<b>JUMLAH</b>	<b>12936</b>	<b>8938</b>

Sumber : PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional IV Jawa Tengah  
& Daerah Istimewa Jogjakarta, *Regional Complain*, Tahun 2002  
s.d 2003.

Jika kita perhatikan tabel pengaduan konsumen jasa telekomunikasi di atas, untuk pengaduan konsumen jasa telekomunikasi yang dikirim melalui Yantel dan *website*/ akses ke PT. Telkom mengalami penurunan dari tahun ke tahun, sementara pengaduan konsumen jasa telekomunikasi yang dikirim melalui telepon 162, surat, media masa/ koran, radio, LP2K mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Tetapi secara keseluruhan jumlah pengaduan konsumen jasa telekomunikasi tersebut mengalami penurunan dari tahun ke tahun.

Turun naiknya jumlah pengaduan konsumen jasa telekomunikasi tersebut tergantung dari pelayanan PT. Telkom terhadap konsumen jasa telekomunikasi yang di satu sisi dirasa cukup baik oleh konsumen jasa telekomunikasi dan di sisi lainnya dirasa belum maksimal. Selain itu meski turun naiknya pengaduan konsumen jasa telekomunikasi tersebut, namun hal tersebut telah menunjukkan bahwa ternyata cukup banyak konsumen jasa telekomunikasi yang telah menyadari hak-haknya.

Berikut adalah tabel penyebab pengaduan pelanggan atau konsumen jasa telekomunikasi seputar rekening/ tagihan pulsa, gangguan sambungan telekomunikasi, pelayanan pasang baru atau mutasi, akibat sikap petugas PT. Telkom, tarif, Wartel, fasilitas telepon umum (baik koin maupun kartu), serta seputar penggunaan jasa Japati sepanjang tahun 2002 s.d 2003:



**TABEL 2**  
**DATA PENYEBAB PENGADUAN PELANGGAN**  
**TAHUN 2002 s.d 2003**

NO	PENYEBAB PENGADUAN	JUMLAH PENGADUAN TH 2002	JUMLAH PENGADUAN TH 2003
1	Rekening/ Tagihan Pulsa	1523	2176
2	Gangguan Samb. Telkom	5343	4594
3	Pelayanan PSB / Mutasi	5366	1881
4	Akb. Sikap Petugas	50	5
5	Tarif	297	181
6	WARTEL, Fasilitas Telum	175	63
7	Jasa Japati	182	38
	<b>JUMLAH</b>	<b>12936</b>	<b>8938</b>

Sumber : PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional IV Jawa Tengah  
& Daerah Istimewa Jogjakarta, *Regional Complain*, Tahun 2002  
s.d 2003.

Berdasarkan tabel di atas bisa kita lihat jumlah pengaduan konsumen jasa telekomunikasi yang disebabkan oleh rekening/ tagihan pulsa, dari tahun ke tahun mengalami kenaikan sementara pengaduan konsumen jasa telekomunikasi akibat gangguan sambungan telekomunikasi, pelayanan pasang baru atau mutasi, akibat sikap petugas PT. Telkom, tarif, Wartel, fasilitas telepon umum (baik koin maupun kartu), serta seputar penggunaan jasa Japati dari tahun ke tahun mengalami penurunan, jika dilihat secara keseluruhannya pengaduan konsumen jasa telekomunikasi tersebut mengalami penurunan dari tahun ke tahun.

Jumlah pengaduan konsumen jasa telekomunikasi akibat rekening/ tagihan pulsa, gangguan sambungan telekomunikasi, pelayanan pasang baru atau mutasi, akibat sikap petugas PT. Telkom, tarif, Wartel,

fasilitas telepon umum (baik koin maupun kartu), serta seputar penggunaan jasa Japati yang turun naik tersebut juga tergantung dari pelayanan PT. Telkom terhadap konsumen jasa telekomunikasi yang di satu sisi dirasa cukup baik oleh konsumen jasa telekomunikasi dan di sisi lainnya dirasa belum maksimal. Selain itu meski turun naiknya pengaduan konsumen jasa telekomunikasi tersebut, namun hal tersebut juga telah menunjukkan bahwa ternyata cukup banyak konsumen jasa telekomunikasi yang telah menyadari hak-haknya selaku konsumen jasa telekomunikasi.

Pengaduan pelanggan atau konsumen jasa telekomunikasi yang dikirim melalui Yantel, telepon (162), surat, media masa/ koran, radio, Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K), website/ akses ke PT. Telkom seperti yang tertera pada tabel di atas kebanyakan dapat langsung diselesaikan oleh PT. Telkom.

Sebagai contoh yaitu kasus pengaduan klaim pulsa telepon oleh Bapak Wahyu Wicaksono yang beralamat di Jalan Peleburan Barat No. 32 Semarang kepada PT. Telkom dimana pengajuannya disampaikan melalui surat pada Kantor Pelayanan Telekomunikasi (Yantel) di Jalan Mpu Tantular Semarang yang diteruskan ke PT. Telkom. Beliau mengajukan keberatan atas pembayaran rekening telepon bulan November 2002, dimana jumlah tagihan rekeningnya sebesar Rp 270.000,- sedangkan pembayaran biasanya setiap bulannya hanya lebih kurang Rp 70.000,- s.d Rp 80.000,-. Beliau menjelaskan juga bahwa beliau hanya

pernah interlokal satu kali ke Timika (Papua) itupun pukul 04.00 WIB dan hanya sebentar. Pada bulan sebelumnya yaitu Oktober telepon beliau pernah mengalami gangguan tepatnya tanggal 17, 18 Oktober 2002, teleponnya mati, setelah itu beliau mencoba mengecek dengan cara menelepon dari luar ke teleponnya sendiri ternyata suara telepon beliau masuk ke telepon orang lain. Di sini Bapak Wahyu Wicaksono merasa terkejut sekali atas tagihan yang tidak seperti biasanya tersebut. Oleh PT. Telkom pengajuan keberatan tersebut dicatat dan diproses. Selama pemrosesan (sesuai ketentuan dari PT. Telkom) Bapak Wahyu Wicaksono dimohon untuk membayar tagihan sementara untuk bulan November di kantor Yantel setempat (dalam hal ini di kantor Yantel di Jalan Mpu Tantular) paling lambat tiga (3) hari setelah menerima surat pemberitahuan. Setelah diproses ternyata pengajuan tersebut diterima oleh pihak Yantel dan Bapak Wahyu Wicaksono akhirnya diberikan restitusi pembayaran (bentuk ganti rugi yang dibayarkan kepada konsumen jasa telekomunikasi). Hal tersebut dilakukan karena kesalahan disebabkan oleh pihak PT. Telkom sendiri, yaitu jika terjadi kekeliruan atas tagihan yang disebabkan oleh kesalahan proses administrasi yang berkaitan dengan penyiapan data tagihan/ *billing* ataupun karena adanya kondisi teknis yang menyebabkan timbulnya kesalahan rekening.<sup>90</sup>

---

<sup>90</sup> *Regional Complain PT. Telkom Divisi Regional IV Jateng & DIY, Data Pengaduan Konsumen Jasa Telekomunikasi, Semarang, November 2002.*

Untuk lebih jelasnya berikut ini akan dipaparkan bagaimana PT. Telkom melalui Kantor Pelayanan Telekomunikasinya (Yantel) menyelesaikan kasus pengaduan klaim pulsa telepon dalam negeri. Sebelum mengadukan klaim pulsa secara tertulis, konsumen jasa telekomunikasi berhak untuk memperoleh penjelasan dari petugas Yantel dan juga berhak untuk melihat rekaman percakapan pemakaian pulsa melalui *print out* AMA. Bila ternyata konsumen belum merasa puas maka bisa mengajukan secara tertulis atau dengan mengisi formulir. Oleh petugas Yantel pengaduan tersebut diperiksa dahulu apakah cukup beralasan atau tidak untuk diterima jika cukup beralasan maka dapat diterima. Petugas Yantel akan memberikan jawaban sementara. Tolok ukur waktu penyelesaian klaim pulsa adalah 14 hari sejak konsumen mengajukan klaim pulsa sampai dengan balasan surat jawaban mengenai klaim pulsa tersebut sampai ke konsumen.

Kewajiban konsumen sebelum dilakukannya proses penyelesaian klaim pulsa yaitu membayar rekening/ tagihan sementara yang jumlahnya sebesar rata-rata kwitansi tagihan 3 bulan terakhir. Jika berdasarkan hasil penelitian dan evaluasi terhadap sistem perangkat telekomunikasi maupun proses *billing* ternyata tagihan tersebut sudah benar konsumen wajib untuk membayar sepenuhnya sesuai jumlah yang tertera pada kwitansi, namun jika hasil penelitian dan evaluasi ternyata terdapat kesalahan pada sistem perangkat telekomunikasi atau pada proses

*billing* maka akan dilakukan pemberian restitusi. Berikut prosedur lengkapnya :<sup>91</sup>

1. Konsumen datang ke Yantel mengadukan klaim.
2. Petugas Yantel memberikan penjelasan tentang kemungkinan timbulnya permasalahan pada konsumen.
3. Apabila konsumen puas dengan jawaban petugas, klaim dianggap selesai.
4. Bila konsumen tidak puas, disarankan untuk mengecek pemakaian pulsa interlokal melalui *print out* AMA (*Automatic Meter Account*).
5. Apabila konsumen telah merasa puas setelah melihat rekaman pemakaian pulsa untuk interlokal melalui *print out* AMA, klaim dianggap selesai.
6. Apabila konsumen tetap tidak merasa puas setelah melihat rekaman percakapan melalui *print out* AMA, konsumen akan membuat pengaduan secara tertulis atau dengan mengisi formulir dengan melampirkan :
  - a. Fotocopy KTP/ kartu identitas lain pengadu.
  - b. Surat kuasa bila dikuasakan.
  - c. Rekening bulan terakhir bila telah melunasi tagihan.
  - d. Rekening 3 bulan terakhir bila belum melunasi tagihan.

---

<sup>91</sup> Sukandardji (*Regional Complain*), *Wawancara Pribadi*, Semarang, 12 September 2003.

7. Apabila telah memenuhi persyaratan untuk diproses, Yantel (Pelayanan Telekomunikasi) akan menerbitkan jawaban sementara untuk konsumen. Isi jawaban sementara tersebut yaitu :
  - a. Pemberitahuan bahwa pengaduan sedang diproses.
  - b. Pemberitahuan untuk membayar rekening sementara (bila tagihan belum dilunasi) sebesar rata-rata pemakaian pulsa selama tiga bulan terakhir.
8. Petugas Yantel akan melakukan pengecekan.
9. Pengecekan di sentral meliputi :
  - a. Rekaman data percakapan.
  - b. Pemeriksaan teknis sentral.
10. Pengecekan di jaringan meliputi :
  - a. Kronologis gangguan yang pernah terjadi.
  - b. Pengukuran listrik.
  - c. Kondisi kabel primer, sekunder, RK, DP, saluran penanggal serta pesawat terminal konsumen.
11. Pengecekan di *billing* atau *sisfo* meliputi :
  - a. Data awal konsumen.
  - b. Penyiapan data.
  - c. Kedudukan meter pulsa konsumen.
  - d. Proses *billing*/ kwitansi.

12. Bila diperlukan maka petugas Yantel akan melakukan koordinasi dengan kantor lawan/ tujuan atau dengan konsumen di kantor lawan untuk melacak kasus klaim yang diajukan konsumen.
13. Setelah dilakukan pemeriksaan, maka akan dilakukan evaluasi untuk menyimpulkan hasil pemeriksaan yang telah dilakukan.
14. Setelah diperoleh kesimpulan dari evaluasi yang telah dilakukan, petugas Yantel akan membuat surat jawaban ke konsumen.
15. Bila dari hasil pemeriksaan ditemukan cukup bukti telah terjadi kesalahan/ gangguan di sisi Telkom maka harus dilakukan restitusi. Petugas Yantel akan membuatkan berita acara restitusi.
16. Proses pembayaran restitusi.
17. Bila dari hasil evaluasi tidak ditemukan cukup bukti telah terjadi kesalahan/ gangguan dari sisi Telkom maka konsumen diberi jawaban tentang penolakan pengaduan.
18. Apabila konsumen merasa puas dengan jawaban yang diberikan maka klaim dianggap selesai.

Apabila setelah menerima surat jawaban hasil pemeriksaan konsumen tidak merasa puas, maka konsumen berhak mengajukan permohonan klaim ke II.

Berikut akan dipaparkan prosedur penyelesaian klaim pulsa ke II :

1. Setelah konsumen mengadukan klaim ke II maka segera dilakukan penelitian dan pemeriksaan ulang untuk kedua kalinya dengan proses yang sama pada pengaduan terdahulu dengan ketentuan :
  - a. Menggunakan data pemeriksaan terdahulu.

- b. Terhadap data pemeriksaan yang dianggap kurang sempurna/ diragukan kebenarannya dapat dilakukan pemeriksaan tambahan sebatas bidang-bidang tertentu saja.
    - c. Bila diperlukan dapat dilakukan pemeriksaan langsung ke lokasi/ persil konsumen.
  2. Petugas Yantel menerbitkan hasil pemeriksaan di sisi konsumen.
  3. Petugas Yantel mengisi evaluasi hasil pemeriksaan teknik dan administrasi berdasarkan hasil pemeriksaan.
  4. Penerbitan surat jawaban ke konsumen dengan dua kemungkinan :
    - a. Bila tidak ditemukan cukup bukti adanya kesalahan atau gangguan di pihak Telkom maka jawaban surat ke konsumen berisi penolakan pengaduan.
    - b. Bila ditemukan cukup bukti telah terjadi kesalahan atau gangguan di pihak Telkom maka surat jawaban berupa pemberitahuan restitusi.

Apabila konsumen puas dengan jawaban surat tersebut maka klaim dianggap selesai. Akan tetapi apabila konsumen masih merasa belum puas maka konsumen berhak mengajukan permohonan klaim ke III. Pengajuan klaim ke III ini akan diproses di *Unit Regional Complain* Divisi Regional. Prosedur lengkapnya sebagai berikut

1. Konsumen mengajukan klaim ke III.
2. Petugas Yantel (unit yang menangani langsung administrasi klaim pulsa) akan meneruskan/ mengantarkan langsung berkas klaim tersebut ke *Regional Complain* di Divisi Regional (DIVRE).



3. Kelompok *Regional Complain* (RC) – SACS akan menerima berkas pengaduan klaim ke III dari konsumen dan mengisi formulir.
4. Petugas RC akan mengadakan koordinasi dengan petugas Yantel asal pengaduan.
5. Setelah meperoleh informasi dari Yantel asal, petugas RC akan mengadakan pendekatan dengan konsumen.
6. Petugas RC akan membuat 3 alternatif penyelesaian dengan konsep *win-win solution* dan dikonsultasikan ke manajer *support* dan manajer SACS.
7. Apabila manajer *support* dan manajer SACS setuju dengan alternatif yang diajukan tersebut maka petugas RC akan melakukan negosiasi dengan konsumen untuk menyampaikan penyelesaian yang mungkin dilakukan, sesuai dengan alternatif yang telah mendapat persetujuan.
8. Apabila manajer *support* dan manajer SACS tidak setuju dengan alternatif yang diajukan, petugas RC akan melakukan koordinasi kembali dengan Yantel serta mengajukan kembali 3 alternatif sesuai arahan manajemen dan pendekatan ke konsumen.
9. Setelah proses negosiasi, petugas RC akan melakukan kesepakatan dengan konsumen.
10. Petugas RC akan membuat surat jawaban tentang penyelesaian pengaduan dan menindaklanjuti kesepakatan yang telah dibuat. Selanjutnya adalah proses restitusi atau penerbitan tagihan baru sesuai hasil kesepakatan yang telah dibuat.

Berikut akan dipaparkan prosedur penyelesaian klaim pulsa telepon internasional :

1. Petugas Yantel menampung klaim dari semua konsumen dan selanjutnya menginformasikan kepada PT. INDOSAT/ PT. SATELINDO untuk dilakukan penelitian dan pengamatan di sentral SGI PT. INDOSAT/ PT. SATELINDO, hasil pengamatan tersebut akan dikirimkan kepada PT. Telkom dengan jangka waktu paling lama 14 hari sejak pengaduan diterima.
2. Paralel dengan pengiriman informasi ke PT. INDOSAT/ PT. SATELINDO, Yantel menerbitkan permintaan pemeriksaan teknik di sisi jaringan sebagai pengantisipasi kemungkinan adanya kelainan jaringan akibat perbuatan pihak lain. Kebijakan ini dilakukan mengingat banyaknya pengaduan disebabkan oleh penggunaan secara tidak sah oleh pihak lain dengan pencantolan di sisi jaringan di luar rumah.
3. Berdasarkan surat penetapan hasil pengamatan dan penelitian dari PT. INDOSAT/ PT. SATELINDO tersebut, Yantel akan memberikan surat jawaban kepada konsumen sesuai hasil yang disampaikan. Khusus untuk klaim pulsa jasa telekomunikasi internasional tidak termasuk dalam perhitungan kinerja perusahaan (perhitungan Simyan) karena dalam hal ini PT. Telkom hanya bersifat membantu mitra kerja, yakni hasilnya ditentukan langsung oleh PT. INDOSAT/ PT. SATELINDO.

Sampai saat ini dari beberapa banyak kasus yang ditangani PT. Telkom Divisi Regional IV Jateng & DIY tidak satupun kasus yang tidak

selesai apalagi yang sampai ditangani oleh pengadilan. Ini dikarenakan karena penyelesaian oleh PT. Telkom yang hampir bisa memuaskan konsumen atau karena konsumen malas karena kalau sampai harus berurusan dengan pengadilan yang *notabene* akan memakan biaya yang besar.

Pengajuan keberatan konsumen jasa telekomunikasi terhadap PT. Telkom juga terjadi terhadap produk JAPATI yaitu terhadap fasilitas *premium call* (pulsa premium). Kasus ini dialami oleh Bapak A. Manan yang beralamat di Jalan Erlangga Tengah II Nomor 4 Semarang terjadi pada bulan Desember 2002. Beliau mengajukan klaim pulsa untuk rekening telepon beliau, yang intinya keberatan terhadap pemakaian jasa JAPATI (*Premium Call*) tersebut, dimana jumlah tagihan JAPATI tersebut sebesar Rp 700.000,- dimana jumlah tagihan tersebut diyakini benar oleh Bapak A. Manan keliru. Oleh pihak PT. Telkom pengaduan tersebut diproses, dalam menyelesaikan kasus tersebut PT. Telkom juga harus bernegosiasi dengan PT. INDOSAT karena dalam penyelenggaraan JAPATI tersebut PT. Telkom juga bekerja sama dengan PT. INDOSAT. Berdasarkan hasil pemrosesan ternyata tagihan JAPATI tersebut hanya sebesar Rp 400.670.00,-. Kewajiban PT. Telkom ialah memberikan ganti rugi kepada Bapak A. Manan berupa pembayaran restitusi, Bapak A.

Manan harus menyerahkan bukti berupa slip pembayaran rekening tersebut agar proses restitusi bisa berjalan lancar.<sup>92</sup>

Berikut akan penulis paparkan proses penyelesaian klaim *Premium Call* secara rinci :

- 1) Pelanggan datang ke Yantel melakukan komplain *Premium Call* jasa Japati.
- 2) Petugas Yantel memberikan penjelasan tentang kemungkinan timbulnya permasalahan di pelanggan, apabila belum jelas perlu diperhatikan data L 12 rincian pemakaian *Premium Call*.
- 3) Pelanggan puas atau tidak? Apabila pelanggan puas dengan data L 12 dan penjelasan oleh petugas Yantel, klaim dianggap selesai.
- 4) Apabila pelanggan tidak puas, untuk kelanjutan proses klaim *Premium Call* jasa Japati dimaksud, pelanggan diharuskan mengajukan pengaduan resmi secara tertulis atau *form* CP 1. Setelah komplain diterima, pelanggan harus melengkapi persyaratan *copy* kuitansi L 11/ L 12 rekening bulanan terakhir (yang dikomplain), kemudian petugas Yantel menerbitkan nota jawaban sementara untuk pelanggan dengan model CP 2. Komplain *Premium call* ini harus dipisahkan dengan pemakaian pulsa lokal & SLJJ, jadi penggunaan pulsa di luar pemakaian Japati harus tetap dibayar lebih dahulu.

---

<sup>92</sup> Regional Complain PT. Telkom Divisi Regional IV Jateng & DIY, *Data Pengaduan Konsumen Jasa Telekomunikasi*, Desember, 2002.

- 5) Setelah komplain resmi diterima, petugas Yantel menginformasikan pelaksanaan pengisoliran akses (0809) nomor pesawat pelanggan ke petugas sentral lokal.
- 6) Petugas sentral lokal menerima informasi dari Yantel, kemudian melakukan pengisoliran sementara ke nomor pesawat pelanggan untuk fasilitas akses (0809) *Premium Call Japati*.
- 7) Pelaksanaan pengisoliran fasilitas akses (0809) *Premium Call Japati* bersifat sementara ini perlu diberitahukan ke pelanggan.
- 8) Apakah pelanggan yang melakukan komplain *Premium Call Japati* menyerahkan uang titipan?
- 9) Apabila pelanggan tidak membayar uang titipan, komplain *Premium Call Japati* tidak diproses.
- 10) Karena tidak membayar uang titipan, dikategorikan masuk tunggakan/*Bad Debt Premium Call Japati*.
- 11) Petugas Yantel terima pembayaran uang titipan yang sudah ditetapkan minimum sebesar Rp 50.000,- komplain *Premium Call Japati* akan terus diproses. Untuk uang titipan setelah komplain diproses dan selesai maka uang tersebut akan diperhitungkan kembali dengan jumlah tagihan, uang titipan dimaksud disetorkan ke kas BC sebagai titipan pendapatan.

Banyak juga kasus pengajuan keberatan konsumen jasa telekomunikasi yang ditolak oleh PT. Telkom untuk diberikan ganti rugi karena pada dasarnya bukan merupakan kesalahan atau kekeliruan dari

pihak PT. Telkom namun merupakan kesalahan atau kekeliruan dari konsumen jasa telekomunikasi sendiri. Terutama untuk jasa Japati. Belum dikenalnya secara baik layanan *Premium Call* oleh masyarakat menyebabkan pelanggan yang telah menggunakan jasa layanan ini tidak menyadari bahwa biaya layanan ini cukup mahal. Sehingga pada saat tagihan muncul banyak pelanggan yang merasa terkecoh yang pada akhirnya akan melakukan klaim yang dialamatkan ke PT. Telkom meskipun PT. Telkom sendiri dalam hal ini hanya bertindak sebagai penyedia infrastruktur, sedangkan penyelenggaraan jasa layanan *Premium Call* itu sendiri adalah *Service Provider*.

Seperti kasus yang terjadi pada Bapak Soleh yang beralamat di Jalan Singosari XII Nomor 5 Semarang, dimana pada tanggal 7 Februari 2003 beliau meminta informasi ke PT. Telkom lewat pesawat 109 untuk mengetahui jumlah tagihan rekening pesawat telepon beliau untuk bulan Februari, setelah mendapatkan perinciannya beliau terkejut bahwa dalam perincian tersebut terdapat JAPATI (*Premium Call*) sebesar Rp 1.230.000,- dalam hal ini Bapak Soleh benar-benar merasa tidak pernah menggunakan jasa JAPATI tersebut, beliau merasa hal tersebut janggal, beliau merasa ada keanehan di sini, apakah ada pihak lain yang telah menggunakannya secara tidak wajar, beliau belum bisa memastikan. Oleh PT. Telkom setelah dirposes ternyata kesalahan bukan berasal dari pihak PT. Telkom tetapi dari pihak konsumen jasa telekomunikasi sendiri yaitu dari pihak Bapak Soleh sendiri, yaitu karena kekuranghatian dari

konsumen yaitu Bapak Soleh sendiri terhadap pemakaian pulsa telepon., memang bukan Bapak Soleh yang menggunakan jasa JAPATI tersebut namun ada keluarganya yang lain yang telah menggunakannya. Dalam hal ini karena kesalahan ada pada pihak konsumen sendiri maka status pengajuan keberatan tersebut ditolak dan ketentuannya Bapak Soleh harus tetap melaksanakan kewajibannya dengan menyelesaikan administrasinya yaitu dengan membayar tagihan sebesar yang dimaksud yaitu Rp 1.230.000,- dan PT. Telkom tentu saja tidak berkewajiban memberikan ganti rugi berupa restitusi kepada Bapak Soleh.

Sepanjang Tahun 2002 sampai dengan Tahun 2003, ada 220 kasus pengaduan pelanggan jasa Japati kepada PT. Telkom. Jika dilihat pada tabel pada halaman sebelumnya terdapat penurunan jumlah pengaduan yaitu pada Tahun 2002 jumlah pengaduan pelanggan sebanyak 182 kemudian pada Tahun 2003 turun menjadi 38. Berdasarkan penelitian menurunnya jumlah pengaduan pelanggan tersebut didasarkan pada pelanggan yang sudah mengetahui mahal nya biaya akan penggunaan layanan jasa tersebut sehingga mereka lebih berhati-hati lagi dalam menggunakannya.

#### **4. Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi**

Berdasarkan hasil penelitian, maka konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi

konsumen jasa telekomunikasi dapat dilihat dalam hal asas dan tujuan penyelenggaraan jasa telekomunikasi, kewajiban penyelenggara jasa telekomunikasi terhadap konsumen jasa telekomunikasi, ketentuan sanksi yang ditujukan bagi penyelenggara jasa telekomunikasi apakah semua itu konsisten dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi.

**a. Konsistenitas Dalam Hal Asas Dan Tujuan Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi**

Menurut Pasal 2 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, telekomunikasi diselenggarakan berdasarkan asas manfaat, asas adil dan merata, asas kepastian hukum, dan asas kepercayaan pada diri sendiri, serta memperhatikan pula asas keamanan, kemitraan, dan etika. Asas manfaat, asas adil dan merata serta asas kepastian hukum sedikit banyak berhubungan dengan konsumen jasa telekomunikasi.

Berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999, tujuan penyelenggaraan telekomunikasi yaitu untuk mendukung persatuan dan kesatuan bangsa, meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat secara adil dan merata, mendukung kehidupan ekonomi dan kegiatan pemerintahan, serta meningkatkan hubungan antarbangsa.

Secara tersirat terlihat bahwa tujuan dari Undang-Undang Telekomunikasi tersebut salah satunya adalah melindungi konsumen



jasa telekomunikasi, hal tersebut bisa kita ketahui dari kalimat meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat secara adil dan merata. Meskipun hal tersebut termasuk dalam skala kecil namun tetap harus kita hargai bahwa konsumen jasa telekomunikasi memang merupakan salah satu target yang termasuk dilindungi oleh Undang-Undang tersebut.

Namun berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, tujuan dari Undang-Undang Telekomunikasi untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat secara adil dan merata belum sepenuhnya tercapai karena ternyata masih banyak rakyat Indonesia yang belum bisa menikmati jasa telekomunikasi yang disediakan oleh penyelenggara jasa telekomunikasi salah satunya yaitu PT. Telkom.

Produk-produk telekomunikasi yang disediakan oleh PT. Telkom masih belum bisa dinikmati oleh masyarakat terutama masyarakat di daerah-daerah terpencil, ini disebabkan pembangunan sarana telekomunikasi belum bisa menjangkau daerah-daerah tersebut akibatnya daerah-daerah tersebut terhambat kemajuannya dibanding daerah-daerah yang lain. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya sarana telekomunikasi bagi masyarakat.

**b. Konsistenitas Dalam Hal Kewajiban Penyelenggara Jasa Telekomunikasi Terhadap Konsumen Jasa Telekomunikasi**

Konsistenitas dalam hal kewajiban penyelenggara jasa telekomunikasi terhadap konsumen jasa telekomunikasi terlihat dari kewajiban-kewajiban penyelenggara jasa telekomunikasi yang terdapat di dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi. Kewajiban-kewajiban yang dimaksud yaitu :

- Kewajiban untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen jasa telekomunikasi kecuali penyelenggara telekomunikasi dapat membuktikan bahwa kerugian tersebut bukan diakibatkan oleh kesalahan atau kelalaiannya.
- Kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam pelayanan universal dalam bentuk penyediaan sarana dan prasarana telekomunikasi atau kompensasi lainnya.
- Kewajiban untuk menyediakan pelayanan telekomunikasi berdasarkan prinsip perlakuan yang sama dan pelayanan yang sebaik-baiknya bagi semua pengguna/ konsumen, peningkatan efisiensi dalam penyelenggaraan telekomunikasi, pemenuhan standar pelayanan serta standar penyediaan sarana dan prasarana.
- Kewajiban untuk mencatat/ merekam secara rinci pemakaian jasa telekomunikasi yang digunakan oleh konsumen jasa telekomunikasi, apabila konsumen jasa telekomunikasi

memerlukan catatan/ rekaman pemakaian jasa telekomunikasi penyelenggara telekomunikasi juga wajib memberikannya.

- Kewajiban untuk menjamin kebebasan konsumen jasa telekomunikasi dalam memilih jasa/ jaringan telekomunikasi.
- Kewajiban untuk memberikan prioritas untuk pengiriman, penyaluran, dan penyampaian informasi penting yang menyangkut keamanan negara, keselamatan jiwa manusia dan harta benda, bencana alam, marabahaya, wabah penyakit.
- Kewajiban untuk merahasiakan informasi yang dikirim atau diterima oleh konsumen jasa telekomunikasi melalui jaringan telekomunikasi atau jasa telekomunikasi yang diselenggarakannya kecuali untuk keperluan untuk proses peradilan pidana.

Kewajiban-kewajiban penyelenggara jasa telekomunikasi terhadap konsumen jasa telekomunikasi tersebut diatur di dalam Pasal 15 sampai dengan Pasal 20 dan Pasal 42 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999.

Selain itu menurut Pasal 21 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999, penyelenggara jasa telekomunikasi dilarang untuk melakukan kegiatan usaha penyelenggaraan telekomunikasi yang bertentangan dengan kepentingan umum, kesusilaan, keamanan, atau ketertiban umum. Dalam hal ini penyelenggara telekomunikasi harus juga memperhatikan norma-norma yang berlaku di masyarakat dalam

menyelenggarakan komunikasi. Hal tersebut juga berhubungan dengan dalam rangka melindungi konsumen jasa telekomunikasi.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, sebagai salah satu pelaksana dari Undang-Undang Telekomunikasi, PT. Telkom telah berusaha melaksanakan kewajiban-kewajiban terhadap konsumen jasa telekomunikasi meski belum maksimal, belum maksimalnya kinerja Telkom dalam melaksanakan kewajiban-kewajibannya terhadap konsumen dibuktikan dengan banyaknya pengaduan-pengaduan konsumen terhadap fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh Telkom seperti yang telah penulis paparkan dalam tabel-tabel pada halaman sebelumnya. Kewajiban-kewajiban tersebut merupakan wujud dari tanggung jawab PT. Telkom sebagai salah satu penyelenggara jasa telekomunikasi terhadap konsumen jasa telekomunikasi karena PT. Telkom berdiri di tengah-tengah masyarakat Indonesia bukan karena bisnis semata tujuannya tetapi juga untuk melayani masyarakat salah satunya melindungi kepentingan konsumen jasa telekomunikasi.

Kewajiban PT. Telkom untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen jasa telekomunikasi yaitu berupa pemberian restitusi. Restitusi merupakan pembayaran kembali kelebihan uang tagihan. Restitusi diberikan apabila setelah dibuktikan memang benar bahwa telah terjadi kerugian terhadap konsumen akibat kesalahan dari pihak Telkom. Pada halaman sebelumnya telah penulis paparkan

bagaimana PT. Telkom menyelesaikan pengaduan/ klaim konsumen jasa telekomunikasi yang merasa telah dirugikan oleh Telkom hingga sampai tahap pembayaran restitusi.

Dalam hal kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam pelayanan universal dalam bentuk penyediaan sarana dan prasarana telekomunikasi atau kompensasi lainnya, berdasarkan penelitian penulis PT. Telkom belum bisa melaksanakannya secara maksimal. Masih banyak masyarakat di pelosok-pelosok tanah air yang belum bisa menikmati produk-produk telekomunikasi yang disediakan Telkom.

Kewajiban PT. Telkom untuk menyediakan pelayanan telekomunikasi berdasarkan prinsip perlakuan yang sama dan pelayanan yang sebaik-baiknya bagi semua pengguna, peningkatan efisiensi dalam penyelenggaraan telekomunikasi, pemenuhan standar pelayanan serta penyediaan sarana dan prasarana ternyata juga belum bisa dilaksanakan dengan baik, karena ternyata dalam kenyataannya masyarakat sering merasa dibedakan oleh PT. Telkom dalam menikmati jasa telekomunikasi yang disediakan. Banyaknya komplain terhadap sikap pegawai PT. Telkom seperti yang tertera pada tabel pengaduan pelanggan di halaman sebelumnya merupakan bukti bahwa kadang-kadang memang terjadi perbedaan dalam pelayanan, ditambah dengan kasus-kasus yang penulis paparkan pada halaman

sebelumnya mengenai sikap pegawai PT. Telkom terhadap konsumen dalam hal pelayanan.

PT. Telkom ternyata juga belum bisa maksimal melaksanakan kewajibannya dalam hal mencatat atau merekam secara rinci pemakaian jasa telekomunikasi yang digunakan konsumen. Banyaknya komplain dari konsumen mengenai *print out* telepon lokal yang tidak bisa diberikan oleh pihak Telkom hingga saat ini merupakan salah satu buktinya. Pihak Telkom hanya bisa memberikan *print out* untuk pemakaian Sambungan langsung Jarak Jauh (SLJJ) dan Sambungan Langsung Internasional (SLI) namun tidak untuk telepon lokal.

Memang bisa kita akui dalam hal kewajiban untuk menjamin kebebasan konsumen dalam memilih jasa telekomunikasi, PT. Telkom tidak melakukan pemaksaan. Konsumen diberikan kebebasan untuk memilih jasa telekomunikasi mana yang akan mereka gunakan serta penyelenggara jasa telekomunikasi mana yang akan dipilih.

Dalam hal kewajiban untuk memberikan informasi yang benar mengenai produk-produk jasa telekomunikasi yang akan digunakan oleh konsumen jasa telekomunikasi, berdasarkan penelitian penulis, PT. Telkom telah melakukan berbagai cara di antaranya yaitu melalui pemberian informasi kepada pelanggan atau konsumen jasa telekomunikasi dengan cara menerbitkan dan membagikan katalog

produk-produk PT. Telkom dan setiap beberapa waktu diperbaharui. Katalog produk-produk tersebut berisi struktur produk telkom yang meliputi deskripsi produk, manfaat produk, panduan penggunaan/ akses layanan serta *Brand Product*, baik produk *Core Business* maupun produk-produk divisi pendukung. Dengan sajian yang singkat padat namun dengan materi yang komprehensif ini diharapkan dapat menjadi media informasi yang efektif.

Melalui katalog produk diharapkan konsumen jasa telekomunikasi dapat memperoleh informasi akurat dari tangan pertama tentang segala jenis ragam, karakteristik dan kemampuan berbagai produk PT. Telkom. Diharapkan konsumen jasa telekomunikasi dapat memperluas pilihan ragam produk yang digunakan (bebas memilih jasa apa yang akan dipergunakan).

**c. Konsistenitas Dalam Hal Pemberian Sanksi Bagi Penyelenggara Jasa Telekomunikasi**

Bentuk konsistenitas Undang-Undang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi yang lain yaitu dengan diberikannya sanksi berupa sanksi administratif dan sanksi pidana bagi penyelenggara jasa telekomunikasi jika terbukti bersalah telah melakukan kelalaian terhadap konsumen jasa telekomunikasi seperti telah mengakibatkan kerugian atau hal-hal lain yang lebih membahayakan konsumen jasa telekomunikasi.

Sanksi administratif dikenakan menurut Pasal 45, Pasal 46 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999, sanksi administratif yang dimaksud yaitu berupa pencabutan izin usaha/ pencabutan izin untuk menyelenggarakan telekomunikasi. Sanksi administratif diberikan karena penyelenggara jasa telekomunikasi :

- Tidak mau memberikan pelayanan universal kepada konsumen jasa telekomunikasi dengan baik.
- Tidak mau memberikan catatan atau rekaman pemakaian jasa telekomunikasi kepada konsumen jasa telekomunikasi karena mereka membutuhkannya.
- Melakukan kegiatan usaha penyelenggaraan jasa telekomunikasi yang bertentangan dengan kepentingan umum, kesusilaan, keamanan atau ketertiban umum.
- Tidak mau memberikan kebebasan kepada konsumen jasa telekomunikasi untuk memilih jaringan atau jasa telekomunikasi yang akan digunakan.

Sementara sanksi pidana akan dikenakan menurut Pasal 47 sampai dengan Pasal 59 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999. Sanksi pidana yang dimaksud yaitu :

- Pidana penjara paling lama 1 tahun dan atau denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah) jika tidak menjamin kebebasan pengguna dalam memilih jaringan telekomunikasi lain untuk pemenuhan kebutuhan telekomunikasi.



- Pidana penjara paling lama 2 tahun dan atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) jika tidak memberikan prioritas untuk pengiriman, penyaluran dan penyampaian informasi penting yang menyangkut keamanan negara, keselamatan jiwa manusia dan harta benda, bencana alam, marabahaya, wabah penyakit.
- Pidana penjara paling lama 4 tahun atau denda paling banyak Rp 400.000.000,00 (empat ratus juta rupiah) jika menggunakan spektrum frekuensi radio dan orbit satelit tidak melalui izin pemerintah. Pidana penjara paling lama 15 tahun apabila hal tersebut mengakibatkan matinya seseorang.
- Pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) jika digunakan oleh kapal berbendera asing yang berada di wilayah perairan Indonesia dimana hal tersebut di luar peruntukannya, kecuali untuk kepentingan negara, keselamatan jiwa manusia, dan harta benda, bencana alam, keadaan marabahaya, wabah, navigasi, dan keamanan lalu lintas pelayaran atau disambungkan ke jaringan telekomunikasi yang dioperasikan oleh penyelenggara telekomunikasi, atau hal tersebut merupakan bagian dari sistem komunikasi satelit yang penggunaannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam penyelenggaraan telekomunikasi dinas bergerak pelayaran.

- Pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan atau denda paling banyak Rp 600.000.000,00 (enam ratus juta rupiah) jika melakukan perbuatan yang dapat menimbulkan gangguan fisik dan elektromagnetik terhadap penyelenggaraan telekomunikasi.
- Pidana penjara paling lama 15 (lima belas) tahun jika melakukan penyadapan atas informasi yang disalurkan melalui jaringan telekomunikasi dalam bentuk apapun.
- Pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan atau denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) jika membocorkan rahasia informasi yang dikirim atau diterima oleh konsumen jasa telekomunikasi melalui jaringan telekomunikasi atau jasa telekomunikasi yang diselenggarakannya.

Berdasarkan penelitian penulis, hingga saat ini belum ada sanksi-sanksi yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi yang ditujukan bagi penyelenggara jasa telekomunikasi (salah satunya PT. Telkom) tersebut yang sudah diterapkan. Hal tersebut disebabkan hingga saat ini belum ada pelanggaran besar yang terjadi akibat kesalahan penyelenggara jasa yang menyebabkan hal-hal seperti yang tertera di Undang-Undang tersebut. Kasus-kasus yang selama ini ditangani hanyalah sebatas kasus-kasus kecil yang dapat diselesaikan dengan baik antara PT. Telkom sebagai salah satu penyelenggara jasa telekomunikasi dengan konsumen jasa telekomunikasi.

## **5. Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam kaitannya dengan perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi, bisa dilihat dalam hal penjaminan hak-hak konsumen jasa telekomunikasi, diperbolehkannya perjanjian baku serta dalam hal penyelesaian sengketa antara konsumen jasa telekomunikasi dengan penyelenggara jasa telekomunikasi.

### **a. Konsistenitas Dalam Hal Penjaminan Hak-Hak Konsumen Jasa Telekomunikasi**

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi telah menjamin hak-hak konsumen jasa telekomunikasi. Hak-hak konsumen jasa telekomunikasi yang dimaksud yaitu :

- Hak untuk memperoleh informasi yang benar mengenai produk-produk jasa telekomunikasi yang akan digunakan.
- Hak untuk mendapatkan ganti rugi dari penyelenggara jasa telekomunikasi karena kelalaian dari penyelenggara jasa telekomunikasi sehingga menyebabkan kerugian bagi konsumen jasa telekomunikasi.

- Hak memperoleh perlakuan yang sama dan pelayanan yang sebaik-baiknya dalam menikmati jasa telekomunikasi.
- Hak memperoleh pelayanan secara universal.
- Hak untuk memperoleh catatan atau rekaman pemakaian jasa telekomunikasi dari penyelenggara jasa telekomunikasi.
- Hak untuk bebas memilih jasa atau jaringan telekomunikasi mana yang akan digunakan.
- Hak kerahasiaan informasi.
- Hak untuk mendapatkan penyelesaian sengketa hukum para pihak.

Sementara bila kita lihat hak-hak konsumen yang dijamin oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dimuat dalam Pasal 4, yaitu :

- Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa.
- Hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa.
- Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan.
- Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

- Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Jika dilihat konsistensi Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun tentang Perlindungan Konsumen dalam hal penjaminan hak-hak konsumen jasa telekomunikasi, antara hak-hak konsumen jasa telekomunikasi yang dijamin oleh Undang-Undang Telekomunikasi memang konsisten dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen karena intinya hak-hak yang dimaksud adalah hak konsumen atas ganti rugi dari produsen apabila dirugikan, hak memperoleh perlakuan yang sama dan pelayanan yang sebaik-baiknya dalam menikmati jasa, hak untuk memperoleh catatan atau rekaman pemakaian jasa (informasi yang jelas), hak untuk bebas memilih jasa yang akan digunakan. Hak untuk mendapatkan penyelesaian sengketa yang seadil-adilnya.

**b. Konsistenitas Dalam Hal Diperbolehkannya Perjanjian Baku**

PT. Telkom sebagai perwujudannya dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi juga telah mengakomodasi hak-hak konsumen jasa telekomunikasi di dalam formulir Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi (KBST) yang diperuntukkan bagi konsumen jasa telekomunikasi yang tentunya juga berpatokan pada Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi.

Dalam formulir Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi (KBST) yang disediakan oleh PT. Telkom yang diperuntukkan bagi pelanggan (konsumen) selain tersedia blanko yang harus diisi oleh konsumen juga dimuat hak dan kewajiban pelanggan dan PT. Telkom sendiri. Formulir tersebut dibuat oleh PT. Telkom sendiri. Formulir tersebut juga memuat klausula tentang sanksi apabila pelanggan melanggar isi perjanjian dalam KBST tersebut.

Adapun hak dan kewajiban pelanggan yang dimuat dalam KBST (pasal 4) tersebut yaitu :<sup>93</sup>

**1) Hak Pelanggan :**

- a. Mendapat pelayanan perbaikan kerusakan sambungan telekomunikasi sampai dengan KTB dari Telkom setelah Pelanggan melaporkan ke Telkom melalui unit pengaduan gangguan. Khusus sambungan dengan sistem WLL yang tidak

menggunakan KTB, perbaikan kerusakan oleh Telkom sampai dengan *socket/ roset*.

- b. Meminta kepada Telkom untuk memuat atau tidak memuat nama dan alamatnya dalam buku Petunjuk telepon yang diterbitkan oleh Telkom.
- c. Meminta kepada Telkom untuk memuat nama dan alamat pihak ketiga sebagai penumpang pemakai jasa telekomunikasi dalam Buku Petunjuk Telepon, dengan ketentuan bahwa kewajiban membayar baru dimaksud pasal 4 ayat 2 huruf b tetap menjadi tanggung jawab pelanggan.
- d. Meminta tambahan fasilitas dari obyek yang diperjanjikan sebatas kemampuan dan pertimbangan dari Telkom.
- e. Meminta berhenti berlangganan sambungan telekomunikasi bila diinginkannya.
- f. Berhak mendapat layanan mutasi perubahan sambungan telekomunikasi sepanjang teknik memungkinkan dengan mengajukan permohonan kepada Telkom.
- g. Meminta data pemakaian percakapan telepon Sambungan Langsung Jarak Jauh (SLJJ) kepada Telkom dengan membayar sesuai ketentuan yang berlaku.

---

<sup>93</sup> *Formulir Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi (KBST), PT. Telkom Divre IV Jateng & DIY.*

- h. Meminta bukti tanda terima pembayaran pemakaian jasa telekomunikasi.
- i. Memilih instalatur yang telah direkomendasi Telkom untuk memasang, memelihara, dan memperbaiki IKR/G.
- j. Meminta pembebasan biaya abonemen sambungan telekomunikasi apabila sambungan telekomunikasi Pelanggan mengalami kerusakan/ tidak berfungsi selama 7 hari berturut-turut atau lebih dalam satu bulan tagihan terhitung sejak diterimanya laporan gangguan di Telkom.
- k. Mengajukan klaim tagihan kepada Telkom jika tagihan tidak sesuai dengan pemakaian.
- l. Menerima restitusi pembayaran tagihan jika tagihan tidak sesuai dengan pemakaian.

Formulir      Kontrak      Berlangganan      Sambungan

Telekomunikasi yang disediakan oleh PT. Telkom bagi konsumen jasa telekomunikasi tersebut merupakan wujud perjanjian antara PT. Telkom dengan pelanggan/ konsumen jasa telekomunikasi yang juga berpatokan kepada Undang-Undang Telekomunikasi dimana formulir tersebut menggunakan klausula baku dalam perjanjian para pihaknya, hal tersebut oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen diakui selama hal tersebut tidak merugikan kepentingan konsumen. Setelah diteliti ketentuan yang ada dalam formulir tersebut memang tidak bertentangan dengan ketentuan Undang-Undang perlindungan



Konsumen yaitu Pasal 18, karena memang tidak ada klausula yang menyatakan :

- Pengalihan tanggung jawab pelaku usaha.
- Pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen dan meminta kembali uang yang telah dibayar.
- Pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan tindakan sepihak berkaitan dengan barang yang dibeli konsumen secara angsuran.
- Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau jasa yang dibeli konsumen.
- Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa.
- Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru atau tambahan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha.

**c. Konsistenitas Dalam Hal Penyelesaian Sengketa Konsumen Jasa Telekomunikasi Dengan Penyelenggara Jasa Telekomunikasi**

Dalam hal terjadinya sengketa antara konsumen jasa telekomunikasi dengan penyelenggara jasa telekomunikasi, maka menurut penjelasan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, dapat dilaksanakan dengan cara menggunakan

lembaga di luar pengadilan (jalur non litigasi) yaitu melalui mediasi, arbitrase atau konsiliasi.

Namun, apabila penyelesaian sengketa tersebut tidak berhasil melalui lembaga tersebut maka dapat diselesaikan dengan menggunakan lembaga pengadilan (melalui jalur litigasi). Berdasarkan penelitian sengketa-sengketa yang terjadi antara konsumen jasa telekomunikasi dengan penyelenggara jasa telekomunikasi hingga saat ini bisa diselesaikan melalui jalur di luar pengadilan belum ada yang sampai menggunakan jalur pengadilan, karena sengketa-sengketa tersebut merupakan sengketa atas kasus-kasus kecil saja, seperti kasus-kasus pengaduan yang sudah penulis tampilkan pada halaman-halaman sebelumnya.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, berdasarkan Pasal 45 sampai Pasal 48, maka penyelesaian sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha, dapat dilakukan melalui jalur di luar pengadilan yaitu melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), namun jika tidak berhasil jalur pengadilan dapat digunakan dalam menyelesaikan sengketa tersebut.

Berdasarkan hal di atas maka terlihat konsistensi antara Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam hal penyelesaian sengketa dimana terdapat

kesamaan dalam hal cara penyelesaian sengketa, yaitu sengketa antara konsumen jasa telekomunikasi dengan penyelenggara jasa telekomunikasi dapat diselesaikan melalui jalur di luar pengadilan, dan apabila tidak berhasil diselesaikan melalui jalur di luar pengadilan maka dapat diselesaikan melalui jalur pengadilan. Demikian juga sengketa konsumen yang terjadi antara konsumen dengan pelaku usaha berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat diselesaikan melalui jalur di luar pengadilan dan kalau tidak berhasil bisa diselesaikan melalui jalur pengadilan.

#### **6. Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi**

Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi dapat dilihat dalam hal efektivitasnya bagi konsumen jasa telekomunikasi dan efektivitasnya bagi penyelenggara jasa telekomunikasi.

##### **a. Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Bagi Konsumen Jasa Telekomunikasi**

Berdasarkan penelitian efektivitas dari Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi bagi konsumen jasa telekomunikasi sendiri meski ditujukan juga untuk melindungi konsumen jasa telekomunikasi, ternyata belum bisa dikatakan efektif.

Ada beberapa kendala yang menyebabkan Undang-Undang tersebut belum bisa berlaku efektif dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi.

Salah satu kendalanya adalah yang berasal dari faktor diri konsumen sendiri. Hal tersebut terkait dengan sikap dan pandangan konsumen jasa telekomunikasi terhadap pelanggaran yang menimpa dirinya (kalau pada saat itu terjadi pelanggaran). Ada konsumen jasa telekomunikasi yang membiarkan pelanggaran itu terjadi menimpa dirinya dan ada pula yang mencoba melakukan pengaduan melalui layanan pengaduan, seperti melalui Yantel (Pelayanan Telekomunikasi PT Telkom), telepon 162, surat, media masa/ koran, melalui website/ akses ke PT. Telkom atau ada juga yang melakukan pengaduan melalui lembaga swadaya masyarakat yang menangani masalah perlindungan terhadap konsumen, seperti Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) yang ada di Semarang atau bahkan sampai ke tingkat Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang terletak di Jakarta.

Berikut akan penulis sajikan tabel data pengaduan konsumen jasa telekomunikasi ke Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) yang ada di Semarang sepanjang Tahun 2002 s.d 2003 :

**Tabel 3**  
**Data Pengaduan Konsumen Jasa Telekomunikasi Ke LP2K**  
**Sepanjang Tahun 2002 s.d 2003**

JUMLAH PENGADUAN TAHUN 2002 s.d 2003	PENGADUAN SEPUTAR
11.	1. Tagihan Pulsa Telepon 2. Jasa Japati

Sumber : LP2K, Semarang, Tahun 2002 s.d 2003

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa sepanjang Tahun 2002 hingga Tahun 2003 terdapat 11 pengaduan konsumen jasa telekomunikasi seputar tagihan pulsa telepon dan jasa Japati yang dikirim melalui Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K), oleh LP2K pengaduan-pengaduan konsumen jasa telekomunikasi seperti yang tertera di tabel tersebut dikirim ke PT. Telkom untuk diproses. LP2K dalam hal ini sebagai mediator antara konsumen jasa telekomunikasi dengan PT. Telkom. Pengaduan konsumen yang ditujukan ke PT. Telkom atau melalui bantuan LP2K untuk dikirimkan ke PT. Telkom merupakan bentuk dari kesadaran konsumen jasa telekomunikasi akan hak-haknya. Namun tidak sedikit yang acuh terhadap hal tersebut. Banyak konsumen jasa telekomunikasi yang membiarkan pelanggaran yang menimpa dirinya.

Kebanyakan konsumen jasa telekomunikasi membiarkan pelanggaran terhadap dirinya terjadi karena :

1. Mereka beranggapan bahwa pelanggaran tersebut merupakan hal yang biasa terjadi dalam masyarakat dan hal tersebut bisa dimaafkan.
2. Ada juga konsumen jasa telekomunikasi yang merasa hal tersebut adalah hal sepele dan hanya membuang waktu, biaya dan tenaga saja kalau hal tersebut dipermasalahkan.

Kendala lain yang membuat belum efektifnya Undang-Undang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi disebabkan oleh faktor di luar konsumen jasa telekomunikasi, dimana hal tersebut terkait dengan sikap dan pandangan anggota Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang menangani masalah perlindungan konsumen, salah satunya yaitu perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi, seperti LP2K (Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen) yang terletak di Semarang atau YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) yang terletak di Jakarta serta aparat pemerintah yang terkait dalam masalah perlindungan konsumen terutama konsumen jasa telekomunikasi.

Ada anggota LSM yang bersikap tanggap namun ada juga yang tidak tanggap dalam menangani masalah pengaduan konsumen jasa telekomunikasi, demikian juga dengan sikap aparat pemerintah

ada yang tanggap ada yang tidak tanggap dalam menangani hal tersebut.

Sikap dan pandangan mereka tersebut dipengaruhi oleh tinggi rendahnya tingkat kesadaran hukum mereka. Bagi mereka yang memiliki tingkat kesadaran hukum yang tinggi maka akan menangani pengaduan konsumen jasa telekomunikasi itu sesuai prosedur yaitu tentunya berpatokan pada Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun bagi mereka yang memiliki tingkat kesadaran hukum yang rendah akan membiarkan saja hal tersebut.

#### **b. Efektivitas Bagi Penyelenggara Jasa Telekomunikasi**

Berdasarkan penelitian, dalam hal pelaksanaan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, penyelenggaraan jasa telekomunikasi kaitannya dengan perlindungan konsumen jasa telekomunikasi hingga saat ini belum bisa dikatakan efektif, hal tersebut bisa dilihat dari usaha pihak penyelenggara jasa telekomunikasi dalam hal ini PT. Telkom yang belum sepenuhnya bisa menjalankan amanat Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi terutama dalam hal pelaksanaan asas dan tujuan penyelenggaraan telekomunikasi serta pelaksanaan kewajiban-kewajibannya terhadap konsumen jasa telekomunikasi. Banyaknya

komplain atau pengaduan yang ditujukan kepada PT. Telkom baik melalui Yantel, telepon (162), surat, media masa/ koran, radio, LP2K, website/ akses ke PT. Telkom seputar rekening/ tagihan pulsa, gangguan sambungan telekomunikasi, pelayanan pasang baru atau mutasi, akibat sikap petugas PT. Telkom, tarif, Wartel, fasilitas telepon umum (baik koin maupun kartu), serta seputar penggunaan jasa Japati membuktikan bahwa PT. Telkom belum bisa dikatakan sebagai salah satu penyelenggara jasa telekomunikasi yang baik yang juga melindungi kepentingan konsumen jasa telekomunikasi.

## **B. Pembahasan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi regional IV Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta, Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) serta beberapa pelanggan/ konsumen jasa telekomunikasi di wilayah Semarang Selatan, maka pembahasan penelitian tersebut sebagai berikut :

### **1. Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi**

Hukum sebagai salah satu aspek kehidupan manusia tumbuh dan berkembang seiring dengan perkembangan masyarakat. Laju perkembangan masyarakat yang ditunjang oleh ilmu pengetahuan dan



teknologi modern akan selalu menuntut diadakannya pembaharuan, agar ketentuan hukum yang berlaku senantiasa konsisten dan konsekwen.<sup>94</sup>

Demikianlah Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 menggantikan kedudukan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1989 Tentang Telekomunikasi yang menjadi dasar hukum dalam penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia dengan dibantu oleh beberapa peraturan pelaksana lainnya diharapkan bisa memberikan pembaharuan dalam dunia pertelekomunikasian di tanah air ke arah lebih baik lagi.

Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi diartikan apakah Undang-Undang Telekomunikasi tersebut konsisten dalam mengakomodasi kepentingan-kepentingan konsumen jasa telekomunikasi baik dilihat dalam hal asas dan tujuan penyelenggaraan jasa telekomunikasi, kewajiban penyelenggara jasa telekomunikasi terhadap konsumen jasa telekomunikasi, serta sanksi yang berlaku bagi penyelenggara jasa telekomunikasi. Dalam pengertian bahwa konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi bisa kita lihat dari segi substansi hukumnya hal tersebut sesuai dengan pendapat dari Lawrence M. Friedman<sup>95</sup> bahwa substansi hukum merupakan salah satu hal penting dalam suatu sistem hukum.

---

<sup>94</sup> Eddy Sutarto, *Efektivitas Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1995 Tentang Kepabeanan Dalam Menegakkan Fungsi Kepabeanan Di Indonesia*, Tesis, 1999, halaman 2.

<sup>95</sup> Lawrence M. Friedman Dalam Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1991, halaman 154.

**a. Konsistenitas Dalam Hal Asas Dan Tujuan Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi**

Menurut Pasal 2 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, telekomunikasi diselenggarakan berdasarkan asas manfaat, asas adil dan merata, asas kepastian hukum, dan asas kepercayaan pada diri sendiri, serta memperhatikan pula asas keamanan, kemitraan, dan etika.

Asas manfaat mengandung arti bahwa pembangunan telekomunikasi khususnya penyelenggaraan telekomunikasi akan lebih berdaya guna dan berhasil guna baik sebagai infrastruktur pembangunan, sarana penyelenggaraan pemerintahan, sarana pendidikan, sarana perhubungan, maupun sebagai komoditas ekonomi yang dapat lebih meningkatkan kesejahteraan masyarakat lahir batin.

Asas adil dan merata mengandung arti bahwa penyelenggaraan telekomunikasi memberikan kesempatan dan perlakuan yang sama kepada semua pihak yang memenuhi syarat dan hasil-hasilnya dinikmati oleh masyarakat secara adil dan merata. Tidak ada perlakuan yang diskriminatif kepada sekelompok masyarakat saja, semua masyarakat berhak untuk menikmati jasa telekomunikasi yang disediakan pihak penyelenggara.

Asas kepastian hukum mengandung arti bahwa pembangunan telekomunikasi khususnya penyelenggaraan

telekomunikasi harus didasarkan kepada peraturan perundang-undangan yang menjamin kepastian hukum baik bagi para investor, penyelenggara telekomunikasi maupun kepada pengguna telekomunikasi. Berdasarkan kalimat tersebut terlihat jelas bahwa pengguna telekomunikasi atau konsumen jasa telekomunikasi juga dijamin oleh Undang-Undang Telekomunikasi mengenai kepentingannya dalam menikmati jasa telekomunikasi yang disediakan pihak penyelenggara. Ini berarti pihak penyelenggara jasa telekomunikasi yang salah satunya adalah PT. Telkom tidak boleh semena-mena dalam melayani konsumen jasa telekomunikasi.

Asas kepercayaan pada diri sendiri, dilaksanakan dengan memanfaatkan secara maksimal potensi sumber daya nasional secara efisien serta penguasaan teknologi telekomunikasi, sehingga dapat meningkatkan kemandirian dan mengurangi ketergantungan sebagai suatu bangsa dalam menghadapi persaingan global.

Asas kemitraan mengandung arti bahwa penyelenggaraan telekomunikasi harus dapat mengembangkan iklim yang harmonis, timbal balik dan sinergi dalam penyelenggaraan telekomunikasi. Di sini juga mengandung arti bahwa penyelenggara jasa telekomunikasi selain bekerja sama dengan penyelenggara jasa lain baik dalam maupun luar negeri juga bisa mengajak masyarakat menengah ke bawah untuk dijadikan mitra dalam penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia.

Asas keamanan mengandung arti bahwa agar penyelenggaraan telekomunikasi selalu memperhatikan faktor keamanan dalam perencanaan, pembangunan, dan pengoperasiannya. Keamanan dan keselamatan konsumen jasa telekomunikasi wajib untuk diperhatikan jangan sampai jasa telekomunikasi yang sedang dinikmati bisa menimbulkan bahaya bagi dirinya dan lingkungannya.

Asas etika mengandung arti bahwa agar dalam penyelenggaraan telekomunikasi senantiasa dilandasi oleh semangat profesionalisme, kejujuran, kesusilaan, dan keterbukaan. Pihak penyelenggara harus profesional dalam menyelenggarakan jasa telekomunikasi, jujur dan terbuka dalam melayani konsumen setiap kali konsumen membutuhkan petunjuk, informasi atau bahkan ganti rugi akibat kelalaian pihak penyelenggara jasa telekomunikasi. Segi kesusilaan harus juga diperhatikan oleh penyelenggara jasa sehingga tidak menimbulkan perbuatan yang bisa meresahkan masyarakat.

Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dilihat dari tujuan diselenggarakannya Undang-Undang tersebut memang salah satunya bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat secara adil dan merata dimana terkandung di situ konsumen jasa telekomunikasi adalah salah satu targetnya. Hal tersebut disebabkan mengingat telekomunikasi merupakan salah satu cabang produksi yang penting dan strategis dalam kehidupan nasional, maka penguasaannya

dilakukan oleh negara yang dalam penyelenggaraannya ditujukan untuk sebesar-besarnya bagi kepentingan dan kemakmuran rakyat.

**b. Konsistenitas Dalam Hal Kewajiban Penyelenggara Jasa Telekomunikasi Terhadap Konsumen Jasa Telekomunikasi**

Mengkaji konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 dalam hal kewajiban penyelenggara jasa telekomunikasi terhadap konsumen jasa telekomunikasi yang terlihat dari kewajiban-kewajiban penyelenggara jasa telekomunikasi yang terdapat di dalam Undang-Undang Telekomunikasi, kewajiban-kewajiban tersebut pada kenyataannya ada yang sudah dilaksanakan dan ada yang belum.

Kewajiban untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen jasa telekomunikasi kecuali penyelenggara jasa telekomunikasi dapat membuktikan bahwa kerugian tersebut bukan diakibatkan oleh kesalahan atau kelalaiannya. Di sini penyelenggara jasa telekomunikasi (dalam hal ini PT. Telkom) wajib untuk memberikan ganti rugi yang pantas kepada konsumen jasa telekomunikasi sesuai kerugian yang dialami. Mengenai jenis dan jumlah ganti kerugian itu tentu saja harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau kesepakatan masing-masing pihak.

Seperti telah kita ketahui berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan bahwa ganti rugi yang diberikan pihak Telkom yaitu berupa pemberian restitusi. Restitusi merupakan pembayaran kembali

kelebihan uang tagihan. Hal ini wajib dilakukan oleh Telkom agar nantinya tidak menimbulkan persengketaan di kemudian hari, demi menjaga kredibilitas PT. Telkom sendiri.

Pemberian ganti rugi oleh penyelenggara jasa telekomunikasi kepada konsumen jasa telekomunikasi merupakan wujud dari tanggung jawab penyelenggara jasa telekomunikasi. Namun perlu diketahui, pemberian ganti rugi kepada konsumen jasa telekomunikasi bisa diberikan apabila konsumen jasa telekomunikasi memang dapat membuktikan bahwa konsumen jasa telekomunikasi memang telah dirugikan oleh penyelenggara jasa telekomunikasi (kerugian yang diderita oleh konsumen jasa telekomunikasi memang merupakan akibat dari kesalahan atau kelalaian dari pihak penyelenggara jasa telekomunikasi).

Hal tersebut sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, jika berbicara soal pertanggungjawaban hukum, mau tidak mau, kita harus berbicara soal ada tidaknya suatu kerugian yang telah diderita oleh suatu pihak sebagai akibat dari penggunaan, pemanfaatan, serta pemakaian oleh konsumen atas barang atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha<sup>96</sup>.

---

<sup>96</sup> Gunawan Widjaja & Ahmad yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001, halaman 59.

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan yang sering dikenal dengan istilah *liability based on fault* merupakan prinsip yang cukup umum digunakan baik dalam hukum pidana maupun hukum perdata, dimana prinsip ini menyatakan bahwa seseorang baru dapat dimintakan pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya.

Kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam pelayanan universal dalam bentuk penyediaan sarana dan prasarana telekomunikasi atau kompensasi lainnya. Pemberian pelayanan oleh penyelenggara jasa telekomunikasi haruslah universal dalam pengertian pelayanan jasa telekomunikasi harus bisa mencakup seluruh wilayah nusantara termasuk ke daerah-daerah terpencil. Dalam menghadapi persaingan saat ini, PT. Telkom tidak dapat meremehkan permasalahan konsumen jasa telekomunikasi karena jika hal tersebut dilakukan, maka konsumen jasa telekomunikasi akan beralih menggunakan alternatif lain yaitu lebih memilih *provider-provider* jasa telekomunikasi yang lain. PT. Telkom harus berusaha semaksimal mungkin memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen jasa telekomunikasi.

Kewajiban pelayanan universal merupakan kewajiban penyediaan jasa telekomunikasi oleh penyelenggara jasa telekomunikasi agar kebutuhan masyarakat terutama di daerah terpencil atau belum berkembang untuk mendapatkan akses telepon

dan jasa telekomunikasi yang lain dapat dipenuhi. Dalam penetapan kewajiban pelayanan universal, pemerintah memperhatikan prinsip ketersediaan pelayanan jasa telekomunikasi yang menjangkau daerah berpenduduk dengan mutu yang baik dan tarif yang layak. Kewajiban pelayanan universal terutama untuk wilayah yang secara geografis terpencil dan yang secara ekonomi belum berkembang serta membutuhkan biaya pembangunan tinggi termasuk di daerah perintisan, pedalaman, pinggiran, terpencil atau daerah yang secara ekonomi kurang menguntungkan. Kewajiban membangun fasilitas telekomunikasi untuk pelayanan universal dibebankan kepada penyelenggara jasa telekomunikasi tetap yang telah mendapatkan izin dari pemerintah berupa jasa Sambungan Langsung Jarak Jauh (SLJJ) atau jasa sambungan lokal.

Kewajiban untuk menyediakan pelayanan telekomunikasi berdasarkan prinsip perlakuan yang sama dan pelayanan yang sebaik-baiknya bagi semua pengguna/ konsumen, peningkatan efisiensi dalam penyelenggaraan telekomunikasi, pemenuhan standar pelayanan serta standar penyediaan sarana dan prasarana. Di sini pihak penyelenggara telekomunikasi (PT. Telkom) tidak boleh membedakan dalam memperlakukan atau melayani konsumen jasa telekomunikasi. Semua wajib diperlakukan sama. Tidak ada konsumen jasa telekomunikasi yang lebih diistimewakan dari konsumen jasa telekomunikasi yang lain dalam hal pelayanan, semua berhak mendapatkan pelayanan yang



sama dan sebaik-baiknya dalam menikmati jasa telekomunikasi. Di sini pihak penyelenggara telekomunikasi (PT. Telkom) tidak boleh membedakan dalam memperlakukan atau melayani konsumen jasa telekomunikasi. Semua wajib diperlakukan sama. Tidak ada konsumen jasa telekomunikasi yang lebih diistimewakan dari konsumen jasa telekomunikasi yang lain dalam hal pelayanan, semua berhak mendapatkan pelayanan yang sama dan sebaik-baiknya dalam menikmati jasa telekomunikasi.

Kewajiban untuk mencatat atau merekam secara rinci pemakaian jasa telekomunikasi yang digunakan oleh konsumen jasa telekomunikasi, apabila konsumen jasa telekomunikasi memerlukan catatan atau rekaman pemakaian jasa telekomunikasi penyelenggara telekomunikasi juga wajib memberikannya. Dalam hal konsumen jasa telekomunikasi memerlukan catatan atau rekaman pemakaian jasa telekomunikasi seperti *print out* pemakaian jasa telekomunikasi misalnya, maka pihak penyelenggara telekomunikasi (PT. Telkom) wajib untuk memberikannya. Pencatatan pemakaian jasa telekomunikasi merupakan kewajiban penyelenggara jasa telekomunikasi yang pelaksanaannya dilakukan secara bertahap dan berlaku hanya untuk pelayanan jasa telepon Sambungan Langsung Jarak Jauh (SLJJ) dan Sambungan Langsung Internasional (SLI) sepanjang diminta oleh pengguna jasa telekomunikasi. Perekaman pemakaian jasa telekomunikasi adalah rekaman rincian data tagihan

(*billing*) yang digunakan untuk membuktikan pemakaian jasa telekomunikasi.

Kewajiban untuk menjamin kebebasan konsumen jasa telekomunikasi dalam memilih jasa/ jaringan telekomunikasi. Dalam menikmati jasa telekomunikasi, konsumen jasa telekomunikasi berhak untuk menentukan pilihannya. Ia tidak boleh mendapat tekanan dari pihak luar sehingga ia tidak lagi bebas untuk memilih mana jasa telekomunikasi yang akan digunakan. Dalam menikmati jasa telekomunikasi, konsumen jasa telekomunikasi berhak untuk menentukan pilihannya. Ia tidak boleh mendapat tekanan dari pihak luar sehingga ia tidak lagi bebas untuk memilih mana jasa telekomunikasi yang akan digunakan.

Kewajiban untuk memberikan prioritas untuk pengiriman, penyaluran, dan penyampaian informasi penting yang menyangkut keamanan negara, keselamatan jiwa manusia dan harta benda, bencana alam, marabahaya, wabah penyakit.

Kewajiban untuk menyimpan kerahasiaan informasi. Setiap pembicaraan yang dilakukan oleh seseorang adalah hak pribadinya untuk tidak didengar atau disebarkan oleh orang lain. Demikian juga terhadap konsumen jasa telekomunikasi di sini penyelenggara jasa telekomunikasi wajib merahasiakan informasi yang dikirim atau diterima oleh konsumen jasa telekomunikasi melalui jasa telekomunikasi yang diselenggarakannya. Namun, pihak

penyelenggara jasa telekomunikasi dapat merekam informasi yang dikirim atau diterima oleh konsumen jasa telekomunikasi jika hal tersebut diperlukan dalam proses peradilan pidana.

Kewajiban untuk memberikan informasi yang benar mengenai produk-produk jasa telekomunikasi yang akan digunakan kepada konsumen jasa telekomunikasi. Dalam rangka perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi yaitu salah satu kewajiban produsen atau penyelenggara jasa telekomunikasi wajib memberikan informasi yang jelas bagi konsumen jasa telekomunikasi.

Berdasarkan ketentuan Undang-Undang Telekomunikasi dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen maka PT. Telkom sebagai salah satu penyelenggara telekomunikasi di Indonesia telah melaksanakan kewajibannya tersebut melalui pemberian informasi kepada pelanggan atau konsumen jasa telekomunikasi dengan cara menerbitkan dan membagikan katalog produk-produk PT. Telkom dan setiap beberapa waktu diperbaharui. Katalog produk-produk tersebut berisi struktur produk telkom yang meliputi deskripsi produk, manfaat produk, panduan penggunaan/ akses layanan serta *Brand Product*, baik produk *Core Business* maupun produk-produk divisi pendukung. Dengan sajian yang singkat padat namun dengan materi yang komprehensif ini diharapkan dapat menjadi media informasi yang efektif.

Melalui katalog produk diharapkan konsumen jasa telekomunikasi dapat memperoleh informasi akurat dari tangan pertama tentang segala jenis ragam, karakteristik dan kemampuan berbagai produk PT. Telkom. Diharapkan konsumen jasa telekomunikasi dapat memperluas pilihan ragam produk yang digunakan (bebas memilih jasa apa yang akan dipergunakan).

PT. Telkom perlu menyebarluaskan informasi kepada seluruh konsumen jasa telekomunikasi mengenai jenis gangguan dan waktu yang diperlukan untuk perbaikan setiap jenis gangguan. Dengan mengetahui hal tersebut, maka konsumen jasa telekomunikasi akan dapat berperan sebagai sosial kontrol untuk peningkatan mutu layanan jasa telekomunikasi. Apalagi pada dasarnya konsumen jasa telekomunikasi menghendaki adanya kepastian, ketepatan, dan kecepatan akan jasa yang akan digunakannya.

Selain itu PT. Telkom harus berusaha membuat sistem layanan gangguan, seperti dengan membuat loket pengaduan bagi konsumen jasa telekomunikasi yang ingin mengadukan gangguan terhadap sambungan jasa telekomunikasi yang mereka gunakan dan setelah itu mereka bisa memperoleh hasil diagnosa gangguan dan akan mengetahui berapa lama waktu perbaikan yang akan dilakukan oleh pihak PT. Telkom. Pemberian informasi atau keterangan yang jelas dan jujur kepada konsumen jasa telekomunikasi memang merupakan

kewajiban yang mesti dilakukan oleh PT. Telkom sebagai pihak penyelenggara jasa telekomunikasi.

Sebelum konsumen jasa telekomunikasi menyetujui untuk berlangganan, pihak PT. Telkom wajib untuk menerangkan kepada konsumen jasa telekomunikasi bagaimana ketentuan berlangganan sambungan jasa telekomunikasi dengan jelas karena ketidakbenaran informasi yang diberikan kepada konsumen jasa telekomunikasi merupakan sebuah kejahatan, jangan sampai menimbulkan *image* yang jelek bahwa pihak PT. Telkom sering berbuat kecurangan. Keluhan dari konsumen wajib didengarkan oleh pihak PT. Telkom juga pendapat menyangkut kepentingannya.

Selain itu penyelenggara jasa telekomunikasi juga dilarang untuk melakukan kegiatan usaha penyelenggaraan telekomunikasi yang bertentangan dengan kepentingan umum, kesusilaan, keamanan, atau ketertiban umum. Dalam hal ini penyelenggara telekomunikasi harus juga memperhatikan norma-norma yang berlaku di masyarakat dalam menyelenggarakan komunikasi.

Pelaksanaan kewajiban oleh PT. Telkom terhadap konsumen jasa telekomunikasi merupakan wujud dari penghormatan dan penghargaan PT. Telkom sebagai pihak penyelenggara jasa telekomunikasi atau sebagai produsen terhadap hak-hak konsumen jasa telekomunikasi. Apabila PT. Telkom dapat melaksanakan kewajibannya terhadap konsumen jasa telekomunikasi dengan baik

maka PT. Telkom bisa dikatakan sebagai pihak penyelenggara jasa telekomunikasi yang bertanggung jawab dan ini secara perlahan akan menghilangkan image yang buruk dari masyarakat terhadap citra PT. Telkom selama ini.

**c. Konsistenitas Dalam Hal Pemberian Sanksi Bagi Penyelenggara Jasa Telekomunikasi**

Bentuk konsistenitas Undang-Undang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi yang lain yaitu dengan diberikannya sanksi berupa sanksi administratif dan sanksi pidana kepada penyelenggara jasa telekomunikasi jika terbukti bersalah telah melakukan kelalaian terhadap konsumen jasa telekomunikasi seperti telah mengakibatkan kerugian atau hal-hal lain yang lebih membahayakan konsumen jasa telekomunikasi.

Aturan hukum dibuat dan diberlakukan dengan harapan akan mempunyai pengaruh pada perilaku warga masyarakat. Pengaruh utama dari penerapan hukum tersebut adalah perilaku warga masyarakat yang sesuai dengan hukum. Harapan awalnya memang demikian tetapi dalam kenyataannya, hukum tidak selalu berpengaruh positif terhadap masyarakat. Hal ini berarti hukum dapat juga menyebabkan terjadinya perilaku yang menyimpang oleh karena warga masyarakat sengaja berbuat melawan hukum atau mungkin ia sama sekali tidak menghiraukan hukum yang berlaku. Ada pendapat

yang mengatakan bahwa salah satu upaya penting untuk mengusahakan agar hukum itu efektif yaitu dengan menetapkan sanksi. Sanksi merupakan rangsangan untuk berbuat atau tidak berbuat.

Dalam mencapai tujuan tertentu, secara teknis hukum dapat digunakan pemerintah sebagai sarana untuk menerapkan sanksi. Berkaitan dengan ini Hans Kelsen mengajarkan bahwa peraturan yang diundangkan oleh kekuasaan perundang-undangan di dalam suatu negara modern mempunyai aspek ganda yaitu :

- a. Bahwa peraturan hukum tersebut tertuju kepada warga negara dan mengarahkannya agar berbuat menurut cara-cara tertentu.
- b. Bahwa peraturan itu sekaligus juga ditujukan kepada para hakim agar menerapkan sanksi manakala ada warga negara melanggar peraturan tersebut.

## **2. Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Apabila suatu ketentuan dikatakan konsisten dengan ketentuan yang menjadi dasar pembentukannya berarti apa yang diatur di dalam peraturan tersebut mengacu pada peraturan yang menjadi dasarnya tersebut. Bila kita mengkaji konsistenitas antara Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi terhadap Undang-Undang Nomor

8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen maka hal ini dapat kita lihat dari Pasal-Pasal yang diatur dalam kedua peraturan tersebut.

Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 tahun 1999 tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dimaksud yaitu apakah Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tersebut sudah selaras/ sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam rangka perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi di Indonesia.

Konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 tahun 1999 Tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam kaitannya dengan perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi, bisa dilihat dalam hal penjaminan hak-hak konsumen jasa telekomunikasi, diperbolehkannya perjanjian baku, serta penyelesaian sengketa antara konsumen jasa telekomunikasi dengan penyelenggara jasa telekomunikasi.

**a. Konsistenitas Dalam Hal Penjaminan Hak-Hak Konsumen Jasa Telekomunikasi**

Berdasarkan penelitian, hak-hak konsumen jasa telekomunikasi yang dijamin oleh Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi terdiri dari hak untuk memperoleh informasi yang benar mengenai produk-produk jasa telekomunikasi yang akan digunakan, hak untuk mendapatkan ganti rugi dari



penyelenggara jasa telekomunikasi karena kelalaian dari penyelenggara jasa telekomunikasi sehingga menyebabkan kerugian bagi konsumen jasa telekomunikasi, hak memperoleh perlakuan yang sama dan pelayanan yang sebaik-baiknya dalam menikmati jasa telekomunikasi. hak memperoleh pelayanan secara universal, hak untuk memperoleh catatan atau rekaman pemakaian jasa telekomunikasi dari penyelenggara jasa telekomunikasi, hak untuk bebas memilih jasa atau jaringan telekomunikasi mana yang akan digunakan, hak kerahasiaan informasi, serta hak untuk mendapatkan penyelesaian sengketa hukum para pihak.

Bila kita perhatikan hak-hak konsumen jasa telekomunikasi yang diakomodasi oleh Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi tersebut pada intinya ada kesesuaian dengan hak-hak konsumen yang diutarakan oleh para ahli atau lembaga pemerhati masalah konsumen terdahulu seperti Mantan Presiden Amerika Serikat John F. Kennedy, Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa Nomor 39/ 248 Tahun 1985 Tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*), Masyarakat Ekonomi Eropa (MEE), Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Zumrotin K. Susilo, Tim penyusun Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang (RUU) tentang Perlindungan Konsumen dari Fakultas Hukum Universitas Indonesia, serta A.Z Nasution.

Menurut John F. Kennedy hak-hak konsumen yang perlu dilindungi yaitu :<sup>97</sup>

- 1). Hak memperoleh keamanan (*the right to safety*);
- 2). Hak memilih (*the right to choose*);
- 3). Hak mendapat informasi (*the right to be informed*);
- 4). Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Sementara menurut Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa Nomor 39/ 248 Tahun 1985 tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*), kepentingan konsumen yang harus dilindungi meliputi :<sup>98</sup>

- 1). Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya.
- 2). Promosi dan perlindungan kepentingan sosial ekonomi konsumen.
- 3). Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi.
- 4). Pendidikan konsumen.
- 5). Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif.

---

<sup>97</sup> Oetojo Oesman, Makalah *Aspek-Aspek Hukum Dalam Prospektif Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Purwokerto, 1995, halaman 6.

<sup>98</sup> Yusuf Shofie, *Percakapan Tentang Pendidikan Konsumen Indonesia*, USAID, 1998, halaman ii)

- 6). Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

Sedangkan Masyarakat Ekonomi Eropa (MEE) juga menyepakati hak-hak dasar konsumen yang perlu dilindungi yaitu :<sup>99</sup>

- 1). Hak perlindungan kesehatan dan keamanan (*recht op bescherming van zijn gezondheid en veiligheid*);
- 2). Hak perlindungan kepentingan ekonomi (*recht op bescherming van zijn economische belangen*);
- 3). Hak mendapat ganti rugi (*recht op schadevergoeding*);
- 4). Hak atas penerangan (*recht op voorlichting en vorming*);
- 5). Hak untuk didengar (*recht op te worden gehord*).

Sedangkan YLKI merumuskan hak-hak konsumen sebagai berikut :<sup>100</sup>

- 1). Hak atas keamanan dan keselamatan.
- 2). Hak mendapatkan informasi yang jelas.
- 3). Hak memilih.
- 4). Hak untuk didengar pendapatnya dan keluhannya.
- 5). Hak atas lingkungan hidup.

---

<sup>99</sup> Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen, Op. Cit., halaman 61.

<sup>100</sup> Agus Brotosusilo, SH, MA, Makalah Instrumen/Aspek-Aspek Perlindungan Terhadap Konsumen Dalam Sistem Hukum Di Indonesia, YLKI, Jakarta, 1997, halaman 12.

Hak-hak konsumen sebagaimana dinyatakan oleh Zumrotin, pejuang konsumen di Indonesia adalah :<sup>101</sup>

- 1). Hak untuk mendapatkan keselamatan dan kesehatan.
- 2). Hak untuk memperoleh informasi yang jujur dan benar.
- 3). Hak untuk memilih barang/ jasa yang diperlukan.
- 4). Hak untuk didengar pendapatnya dan hak untuk mendapatkan ganti rugi.
- 5). Hak untuk mendapatkan lingkungan yang bersih dan sehat.

Lima hak yang diajukan oleh zumrotin tersebut lebih dikenal dengan “panca hak honsumen”.

Tim penyusun Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang (RUU) tentang Perlindungan Konsumen dari Fakultas Hukum Universitas Indonesia berusaha untuk menampung aspirasi YLKI, tetapi juga berupaya untuk menyesuaikan dan bahkan mengantisipasi perkembangan perekonomian yang sangat pesat akhir-akhir ini. Sebagai hasilnya, tim tersebut merumuskan hak-hak konsumen sebagai berikut :<sup>102</sup>

- 1). Hak atas keamanan.
- 2). Hak untuk memilih.
- 3). Hak atas informasi
- 4). Hak Untuk didengar.

---

<sup>101</sup> Zumrotin K. Susilo, Penyambung Lidah Konsumen, YLKI dan Puspa Swara, Jakarta, 1996, halaman 8.

<sup>102</sup> Ibid, halaman 13.

- 5). Hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya. Hak untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum yang tepat.

A.Z. Nasution mengusulkan bahwa hak-hak konsumen hendaknya sebagai berikut :<sup>103</sup>

- 1). Hak atas keamanan dan keselamatan.
- 2). Hak atas informasi tentang barang atau jasa konsumen.
- 3). Hak memilih dan perlindungan kepentingan-kepentingan ekonominya
- 4). Hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen.
- 5). Peradilan konsumen yang efektif.

Sebagai hak yang dilindungi oleh Undang-Undang serta juga hak yang timbul dari perjanjian, sangat sulit bagi konsumen jasa telekomunikasi untuk memantau apakah pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara jasa telekomunikasi telah sesuai dengan aturan yang berlaku atau belum, karenanya peran pemerintah dan Lembaga Swadaya Masyarakat sebagai pembina dan pengawas dalam penyelenggaraan telekomunikasi sangat dibutuhkan agar penyelenggara jasa telekomunikasi tidak keluar dari standar pelayanan yang telah ditentukan yang pada akhirnya membawa implikasi pada kerugian bagi konsumen jasa telekomunikasi.

---

<sup>103</sup> AZ. Nasution, Op. Cit., halaman 188.

Sementara bila kita lihat hak-hak konsumen yang dijamin oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu :

- Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa.
- Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- Hak untuk mnedapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Jika dilihat antara Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun tentang Perlindungan Konsumen dalam hal penjaminan hak-hak

konsumen jasa telekomunikasi, antara hak-hak konsumen jasa telekomunikasi yang dijamin oleh Undang-Undang Telekomunikasi memang konsisten dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen karena intinya hak-hak yang dimaksud adalah hak konsumen atas ganti rugi dari produsen apabila dirugikan, hak memperoleh perlakuan yang sama dan pelayanan yang sebaik-baiknya dalam menikmati jasa, hak untuk memperoleh catatan atau rekaman pemakaian jasa (informasi yang jelas), hak untuk bebas memilih jasa yang akan digunakan. Hak untuk mendapatkan penyelesaian sengketa yang seadil-adilnya.

Dalam rangka perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi, Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi memang harus konsisten dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen seperti dalam hal penjaminan hak-hak konsumen jasa telekomunikasi tersebut jangan sampai melenceng dari ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

**b. Konsistenitas Dalam Hal Diperbolehkannya Perjanjian Baku**

Mengkaji hasil penelitian konsistenitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam hal diperbolehkannya perjanjian baku, maka bisa dilihat dari

perjanjian yang diadakan antara kedua belah pihak yaitu pihak konsumen jasa telekomunikasi dan pihak penyelenggara jasa telekomunikasi yaitu PT. Telkom. Dalam perjanjian tersebut PT. Telkom menawarkan formulir Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasinya kepada konsumen jasa telekomunikasi yang berminat berlangganan atau menggunakan jasa telekomunikasi yang disediakan PT. Telkom. Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi (KBST) seperti yang pernah penulis sajikan pada bab hasil penelitian tersebut menggunakan klausula baku. Syarat-syarat baku yang ditentukan PT. Telkom dalam formulir tersebut menggambarkan suatu ketidakseimbangan kemampuan para pihak dalam perjanjian tersebut. Dalam hal ini PT. Telkom merupakan pihak yang paling kuat kedudukannya.

Suatu perjanjian yang menggunakan syarat-syarat baku atau lazim dikenal dengan perjanjian baku dalam prakteknya tumbuh sebagai perjanjian tertulis dalam bentuk formulir seperti formulir Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi tersebut. Dalam perjanjian tersebut PT. Telkom selaku penyelenggara jasa telekomunikasi melakukan perbuatan hukum sejenis yang selalu terjadi secara berulang-ulang dan teratur yang melibatkan banyak orang, menimbulkan kebutuhan untuk mempersiapkan isi perjanjian terlebih dahulu dan kemudian dibakukan selanjutnya dicetak dalam



jumlah banyak, sehingga setiap saat mudah disediakan jika konsumen jasa telekomunikasi memerlukannya.

Sutan Remi Sjahdeni mengartikan perjanjian baku sebagai perjanjian yang hampir seluruh klausul-klausulnya dibakukan oleh pemakainya dan pihak yang lain pada dasarnya tidak mempunyai peluang untuk merundingkan atau meminta perubahan. Adapun yang belum dibakukan hanya beberapa hal, misalnya yang menyangkut jenis, harga, jumlah, warna, tempat, waktu, dan beberapa hal yang spesifik dari objek yang diperjanjikan.<sup>104</sup> Di sini beliau lebih menekankan bahwa yang dibakukan bukan formulir perjanjiannya melainkan klausul-klausulnya.

Formulir Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi yang disediakan PT. Telkom kepada konsumen jasa telekomunikasi tersebut selain terdiri dari identitas pelanggan yang harus diisi serta jenis jasa telekomunikasi yang ingin digunakan oleh pelanggan juga terdiri dari pasal-pasal, di antaranya berisi hak dan kewajiban antara PT. Telkom sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi dengan konsumen jasa telekomunikasi, formulir tersebut juga memuat klausula tentang sanksi apabila pelanggan melanggar isi perjanjian dalam KBST tersebut seperti yang pernah penulis sebutkan pada bagian hasil penelitian.

---

<sup>104</sup> Sutan Remy Sjahdeni, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank Di Indonesia*, Jakarta, Institut Bankir Indonesia, 1993, halaman 66.

PT. Telkom dalam pembuatan formulir tersebut berpatokan pada Undang-Undang Telekomunikasi yaitu Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 dan peraturan-peraturan pelaksana lainnya seperti Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi, selain itu dalam rangka perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi juga berpedoman pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Bila kita lihat pasal-pasal yang mengatur hak dan kewajiban para pihak dalam formulir Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi tersebut tidak mencerminkan adanya kebebasan kehendak bagi konsumen jasa telekomunikasi dalam melakukan perjanjian. Di situ terlihat bahwa konsumen jasa telekomunikasi hanya dapat menerima syarat-syarat perjanjian tersebut atau tidak menerima perjanjian tersebut sama sekali (*take it or leave it*). Kelebihan kemampuan PT. Telkom untuk menentukan sendiri syarat-syarat Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi tersebut, tanpa dapat dikoreksi kecuali konsumen jasa telekomunikasi bersedia untuk tidak berlangganan atau menolak untuk berlangganan jasa telekomunikasi tersebut.

Kita melihat bahwa perbedaan posisi para pihak tersebut ketika perjanjian tersebut diadakan jelas sekali tidak memberikan kesempatan kepada konsumen jasa telekomunikasi untuk mengadakan

*real bargaining* dengan PT. Telkom sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi. Di situ konsumen jasa telekomunikasi tidak mempunyai kekuatan untuk mengutarakan kehendak dan kebebasannya dalam menentukan isi perjanjian. Posisi monopoli PT. Telkom membuka peluang yang luas baginya untuk mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajibannya. Memang dari klausula perjanjian tersebut dapat kita simpulkan bahwa yang menjadi hak konsumen jasa telekomunikasi itu pada dasarnya merupakan kewajiban bagi PT. Telkom sebagai penyelenggara jasa (produsen) dan sebaliknya hak bagi PT. Telkom pada dasarnya merupakan kewajiban bagi konsumen jasa telekomunikasi.

Pengawasan pemerintah terhadap pelaksanaan perjanjian baku adalah jalan terpendek yang dapat ditempuh, yang dapat dilakukan dengan memberlakukan persyaratan administratif bagi diberlakukannya perjanjian baku, yang bersifat preventif atau dengan membentuk Komisi Pengawas Kontrak Standar. Dengan demikian konsumen secara dini dapat mengetahui syarat-syarat dalam perjanjian dan dapat mengelakkannya jika yang bersangkutan berpendapat bahwa syarat yang berlaku tersebut tidak sesuai dengan kepentingannya.<sup>105</sup>

Perkembangan perjanjian baku lebih disebabkan oleh keadaan sosial masyarakat kita yang secara tidak langsung

---

<sup>105</sup> Muchammad Yani, Makalah, *Kode Etik Perjanjian Penjualan Di Indonesia*, Purwokerto, 1995.

menginginkannya. F.A.J Gras<sup>106</sup> dalam penelitiannya selama tiga tahun terhadap perjanjian baku menyimpulkan bahwa perjanjian ini tumbuh dan berkembang dalam masyarakat modern yang mempergunakan organisasi dan *planning* sebagai pola hidup, dengan kata lain perjanjian ini lahir akibat perubahan susunan masyarakat, lazimnya perjanjian ini dibuat oleh organisasi perusahaan.

Pitlo<sup>107</sup> menambahkan bahwa latar belakang tumbuhnya perjanjian baku adalah keadaan sosial ekonomi. Perusahaan yang besar, perusahaan pemerintah mengadakan kerjasama dalam suatu organisasi dan untuk kepentingannya mereka menentukan syarat secara sepihak. Pihak lawan pada umumnya mempunyai kedudukan lemah baik posisinya maupun karena ketidaktahuannya.

Beberapa ahli telah mencoba memberikan rumusan perjanjian baku. Mariam Darus Badruzaman memberikan definisi perjanjian baku sebagai perjanjian yang isinya dibakukan dan dituangkan dalam bentuk formulir.<sup>108</sup>

Formulir yang dimaksud bermacam-macam bentuknya, ada yang panjang terdiri dari beberapa lembar folio, ada yang hanya terdiri dari satu lembar folio dan ada pula yang lebih kecil dari itu. Hurufnya dicetak kecil, yang kadang-kadang diperlukan kaca mata untuk membacanya. Sebagai contoh adalah formulir Kontrak

---

<sup>106</sup> Mariam Darus Badrul Zaman, *Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Perjanjian Baku*, Jakarta, 1980, halaman 5.

<sup>107</sup> Ibid, halaman 5.

<sup>108</sup> Ibid, halaman 58.

Berlangganan Sambungan Telekomunikasi yang disediakan oleh PT. Telkom kepada para calon pelanggan atau konsumen jasa telekomunikasi.

Perjanjian baku sering diistilahkan dengan *take it or leave it contract*, jika konsumen menyetujui salah satu syaratnya, maka konsumen hanya mungkin bersikap menerima atau tidak menerimanya sama sekali, kemungkinan untuk mengadakan perubahan isi sama sekali tidak ada.

Menurut Abdulkadir Muhammad, perjanjian baku memiliki ciri-ciri sebagai berikut :<sup>109</sup>

1). Bentuk perjanjian tertulis

Yang dimaksud perjanjian di sini adalah naskah perjanjian keseluruhan dan dokumen bukti perjanjian yang memuat syarat-syarat baku. Kata-kata atau kalimat pernyataan kehendak yang termuat dalam syarat-syarat baku dibuat secara tertulis berupa akta otentik atau akta di bawah tangan. Karena tertulis, maka perjanjian yang memuat syarat-syarat baku itu menggunakan kata-kata atau susunan kalimat yang teratur dan rapi. Jika huruf yang dipakai kecil, kelihatan isinya sangat padat dan sulit dibaca dalam waktu singkat. Ini merupakan kerugian bagi konsumen.

---

<sup>109</sup> Abdulkadir Muhammad, *Perjanjian Baku Dalam Praktek Perusahaan Perdagangan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992, halaman 6-8.

2). Format perjanjian dibakukan

Artinya sudah ditentukan model, rumusan dan ukurannya, sehingga tidak dapat diganti, diubah atau dibuat dengan cara lain karena sudah dicetak. Model perjanjian dapat berupa blanko atau formulir yang berisi syarat-syarat perjanjian yang sudah baku. Syarat-syarat tersebut dibuat dengan rinci menggunakan nomor atau pasal yang mengandung arti tertentu yang hanya dipahami oleh pengusaha.

3). Syarat perjanjian ditentukan oleh pengusaha

Syarat perjanjian yang merupakan pernyataan kehendak ditentukan sendiri oleh pengusaha. Karena ditentukan oleh pengusaha, maka sifatnya cenderung lebih menguntungkan pengusaha. Hal ini terlihat dengan adanya klausula eksonerasi, yaitu klausula yang menyatakan pembebasan tanggung jawab pengusaha dari kerugian yang diderita konsumen.

4). Konsumen hanya menerima atau menolak

Jika konsumen menerima syarat-syarat perjanjian yang diajukan, maka ditandatangani perjanjian itu. Dengan demikian konsumen bersedia memikul beban tanggung jawab walaupun nantinya ia tidak bersalah. Jika konsumen tidak setuju dengan syarat perjanjian yang diajukan, ia tidak boleh menawarnya, karena menawar berarti menolak. Sehingga pilihan yang ada pada

konsumen hanya ada dua pilhan yaitu menerima atau menolak (take it or leave it).

5). Penyelesaian sengketa melalui musyawarah atau peradilan

Dalam perjanjian baku terdapat klausula mengenai penyelesaian sengketa. Biasanya klausula tersebut menyatakan sebelum perkara dibawa ke pengadilan akan dimusyawarahkan terlebih dahulu antara dua pihak yang bersengketa.

6). Perjanjian baku menguntungkan pengusaha

Keuntungan yang didapat oleh pengusaha dari perjanjian baku yaitu :

- Efisiensi biaya, waktu dan tenaga.
- Praktis karena sudah tersedia naskah yang siap diisi dan ditandatangani.
- Penyelesaian cepat karena konsumen hanya menyetujui dan menandatangani perjanjian yang disodorkan kepadanya.
- Homogenitas perjanjian yang dibuat dalam jumlah yang banyak.

Sementara menurut pendapat A.Z. Nasution, perjanjian baku mengandung sifat yang banyak menimbulkan kerugian terhadap konsumen, terutama untuk perjanjian baku yang sepihak (*eenzijdige*

*standard contract*) atau perjanjian adhesi.<sup>110</sup> Adapun ciri-ciri perjanjian baku menurut A.Z. Nasution, yaitu :<sup>111</sup>

- 1). Isinya ditetapkan secara sepihak oleh pihak yang posisi (ekonominya) kuat.
- 2). Masyarakat (debitur) sama sekali tidak ikut bersama-sama menentukan isi perjanjian.
- 3). Terdorong oleh kebutuhannya, debitur terpaksa menerima perjanjian itu.
- 4). Bentuk tertentu (tertulis).
- 5). Dipersiapkan terlebih dahulu secara massal atau kolektif.

Perjanjian baku mengandung sifat yang banyak menimbulkan kerugian terhadap konsumen. Perjanjian baku yang banyak terdapat di masyarakat dapat dibedakan dalam beberapa jenis, antara lain :<sup>112</sup>

- 1). Perjanjian baku sepihak.

Adalah perjanjian baku yang isinya ditentukan oleh pihak yang kuat kedudukannya di dalam perjanjian itu. Pihak yang kuat di sini adalah pihak kreditur yang lazimnya mempunyai posisi ekonomi kuat dibandingkan pihak debitur, kedua pihak lazimnya terikat dalam organisasi, misalnya pada perjanjian buruh kolektif.

- 2). Perjanjian baku yang ditetapkan oleh pemerintah, ialah perjanjian baku yang isinya ditentukan pemerintah terhadap perbuatan

---

<sup>110</sup> A.Z. Nasution, Op. Cit., halaman 63,64.



hukum tertentu, misalnya perjanjian yang mempunyai obyek hak atas tanah.

Perjanjian baku yang ditentukan di lingkungan notaris atau advokat, adalah perjanjian yang konsepnya sejak semula disediakan. Untuk memenuhi permintaan anggota masyarakat yang meminta bantuan notaris atau advokat yang bersangkutan. Dalam perpustakaan Belanda jenis ini disebutkan *contract model*.

Dari sekian banyak pendapat para ahli, kebanyakan mereka mengatakan bahwa perjanjian baku itu melanggar asas kebebasan berkontrak (Pasal 1320 juncto Pasal 1338 KUHPerdara). Dengan kata lain perjanjian baku melanggar asas konsensualisme. Menurut Subekti<sup>113</sup> pelanggaran asas konsensualisme sebagaimana yang terdapat dalam Pasal 1320 juncto pasal 1338 KUHPerdara akan mengakibatkan perjanjian itu tidak sah dan juga tidak mengikat sebagai Undang-Undang.

Namun ada juga sebagian pihak yang mengatakan bahwa perjanjian baku tidaklah melanggar asas kebebasan berkontrak, artinya bagaimanapun pihak konsumen masih diberi hak untuk menyetujui (*take it*) atau menolak perjanjian yang diajukan kepadanya (*leave it*). Itulah sebabnya, perjanjian baku ini kemudian dikenal dengan nama *take it or leave it contract*. Jika ada yang perlu dikhawatirkan dengan kehadiran perjanjian baku, tidak lain karena dicantumkannya klausula

---

<sup>111</sup> Ibid, halaman 65.

eksonerasi dalam perjanjian tersebut yang mengandung kondisi membatasi atau bahkan menghapus sama sekali tanggung jawab yang semestinya dibebankan kepada pihak pelaku usaha.

Perjanjian baku yang dituangkan dalam formulir Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi yang disediakan oleh PT. Telkom untuk konsumen jasa telekomunikasi tersebut oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen dibolehkan selama hal tersebut tidak merugikan kepentingan konsumen jasa telekomunikasi, dalam pengertian selama isi perjanjian tersebut tidak memuat klausula-klausula yang dilarang oleh Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu seperti klausula :

- Yang menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha.
- Menyatakan pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen dan meminta kembali uang yang telah dibayar.
- Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan tindakan sepihak berkaitan dengan barang yang dibeli konsumen secara angsuran.
- Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau jasa yang dibeli konsumen;.

---

<sup>112</sup> Simposium Aspek-Aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen, Op. Cit., halaman 63.

<sup>113</sup> Subekti, *Aneka Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1975, halaman 12.

- Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa.
- Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru atau tambahan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha.

Berdasarkan penelitian, formulir Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi yang disediakan oleh PT. Telkom sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi memang tidak memuat klausula-klausula yang dilarang oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen khususnya Pasal 18 tersebut. Tidak terlihat adanya klausula eksonerasi dalam Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi yang disediakan oleh PT. Telkom tersebut. Jadi, di sini terlihat bahwa terdapat konsistensi antara Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam hal diperbolehkannya perjanjian baku.

**c. Konsistensi Dalam Hal Penyelesaian Sengketa Konsumen Jasa Telekomunikasi Dengan Penyelenggara Jasa Telekomunikasi**

Dalam hal terjadinya sengketa antara konsumen jasa telekomunikasi dengan penyelenggara jasa telekomunikasi, maka menurut penjelasan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang

Telekomunikasi, dapat dilaksanakan dengan cara menggunakan lembaga di luar pengadilan (jalur non litigasi) yaitu melalui mediasi, arbitrase atau konsiliasi.

Mediasi merupakan proses penyelesaian sengketa alternatif dimana pihak ketiga yang dimintakan bantuannya untuk membantu proses penyelesaian sengketa bersifat pasif dan sama sekali tidak berhak atau berwenang untuk memberikan suatu masukan, terlebih lagi untuk memutuskan perselisihan yang terjadi<sup>114</sup>. Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) kadang kala menjadi mediator antara konsumen jasa telekomunikasi dengan PT. Telkom sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi, dengan istilah lain LP2K merupakan penyalang lidah konsumen jasa telekomunikasi. Bantuan dari LP2K memang kadangkala diperlukan sebagai perantara dalam hal para pihak yang bersengketa tidak mungkin untuk bertemu sendiri karena berbagai faktor yang menyebabkan mereka tidak dapat melaksanakan hal tersebut.

Sementara konsiliasi merupakan proses penyelesaian sengketa alternatif yang melibatkan seorang pihak ketiga atau lebih, dimana pihak ketiga yang diikutsertakan untuk menyelesaikan sengketa adalah seseorang yang secara profesional sudah dapat dibuktikan keahliannya. Konsiliator dalam proses konsiliasi ini

---

<sup>114</sup> Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis : Alternatif Menyelesaikan Sengketa*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2001, halaman 2.

memiliki peran yang cukup berarti karena konsiliator berkewajiban untuk menyampaikan pendapatnya secara terbuka dan tidak memihak dalam sengketa namun tetap saja keputusan ada di tangan para pihak yang bersengketa.<sup>115</sup>

Arbitrase merupakan suatu bentuk penyelesaian sengketa alternatif yang melibatkan pengambilan keputusan oleh satu atau lebih hakim swasta, yang disebut arbiter. Di sini seorang arbiter berperan sangat aktif sebagaimana halnya seorang hakim. Ia, dalam hal arbiter tunggal maupun majelis arbitrase berkewajiban untuk memutuskan sengketa yang disampaikan kepadanya secara profesional, tanpa memihak, menurut kesepakatan yang telah tercapai di antara para pihak yang bersengketa pada satu sisi dan arbiter itu sendiri pada pihak lain. Arbiter haruslah independen dalam segala hal.<sup>116</sup>

Dalam menyelesaikan sengketa antara PT. Telkom dengan konsumen jasa telekomunikasi belum sampai menggunakan lembaga konsiliasi ataupun lembaga arbitrase, karena kasus-kasus yang terjadi baru sebatas kasus kecil yang bisa diselesaikan melalui mediasi dengan bantuan pihak LP2K sebagai mediator atau bahkan kadang kala tanpa menggunakan bantuan mediator melainkan kedua belah pihak dapat menyelesaikan sendiri sengketaanya dengan jalan damai.

---

<sup>115</sup> Ibid, halaman 3.

<sup>116</sup> Ibid, halaman 3,4.

Namun, apabila penyelesaian sengketa para pihak tersebut tidak berhasil melalui lembaga-lembaga tersebut maka dapat diselesaikan dengan menggunakan lembaga pengadilan (melalui jalur litigasi). Bagi para pihak yang bersengketa, untuk berperkara di pengadilan atau di luar pengadilan adalah pilihan sukarela.

Penyelesaian sengketa melalui pengadilan sebagai ciri hukum modern, bagi masyarakat yang sudah terbiasa dengan alam hukum kebiasaan, dapat dianggap sebagai cara rumit dan mahal. Bahkan, anggapan ini juga berlaku bagi golongan masyarakat maju, terutama kelompok masyarakat bisnis, tidak menggunakan sarana pengadilan atau menggunakan hukum yang sudah disepakati.

Hasil penelitian dari Stewart Macaulay<sup>117</sup> telah menunjukkan pada kita bahwa sarana hukum yang sudah disepakati untuk dijadikan sarana penyelesaian sengketa ternyata tidak selalu digunakan. Macaulay menyatakan bahwa dalam kenyataannya, sengketa-sengketa yang terjadi dalam hukum bisnis seringkali diselesaikan tidak dengan menunjukkan pada kontrak yang dibuat atau kepada sanksi hukum yang ada. Para pelaku bisnis sering kali menganggap bahwa tidak pernah ada kontrak yang telah dibuat di antara mereka. Apabila terjadi sesuatu, pihak yang merasa dirugikan

---

<sup>117</sup> Stewart Macaulay Dalam Satjipto Rahardjo, *Hukum Dan Masyarakat*, Bandung, 1980, halaman 122.

lebih baik mengangkat telepon dan berbicara secara baik-baik dengan pihak lawan. Mereka berprinsip bahwa kelanjutan hubungan bisnis lebih penting daripada harus menunjuk pengacara untuk menyelesaikan sengketa. Mereka juga tidak berpandangan bahwa kontrak maupun hukum kontrak justru dapat menimbulkan akibat-akibat yang tidak dikehendaki, seperti hubungan bisnis menjadi putus, hilangnya kepercayaan, banyak waktu yang hilang, dan memakan biaya besar.

Dari realitas sebagaimana yang ditemukan Macaulay tersebut, menunjukkan bahwa dunia bisnis lebih diutamakan daripada pertimbangan hukum. Hal ini berarti bahwa sarana di luar hukum dipandang lebih efektif dan efisien dalam penyelesaian sengketa, karena dinilai bisa menghemat, biaya, tenaga dan waktu.

Berdasarkan penelitian sengketa-sengketa yang terjadi antara konsumen jasa telekomunikasi dengan penyelenggara jasa telekomunikasi hingga saat ini bisa diselesaikan melalui jalur di luar pengadilan belum ada yang sampai menggunakan jalur pengadilan, karena sengketa-sengketa tersebut merupakan sengketa atas kasus-kasus kecil saja, seperti kasus-kasus pengaduan yang sudah penulis tampilkan pada halaman-halaman sebelumnya.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, berdasarkan Pasal 45 sampai Pasal 48, maka penyelesaian sengketa antara konsumen dengan pelaku

usaha, dapat dilakukan melalui jalur di luar pengadilan yaitu melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), namun jika tidak berhasil jalur pengadilan dapat digunakan dalam menyelesaikan sengketa tersebut.

Berdasarkan hal di atas maka terlihat konsistensi antara Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam hal penyelesaian sengketa dimana terdapat kesamaan dalam hal cara penyelesaian sengketa, yaitu sengketa antara konsumen jasa telekomunikasi dengan penyelenggara jasa telekomunikasi dapat diselesaikan melalui jalur di luar pengadilan, dan apabila tidak berhasil diselesaikan melalui jalur di luar pengadilan maka dapat diselesaikan melalui jalur pengadilan. Demikian juga sengketa konsumen yang terjadi antara konsumen dengan pelaku usaha berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat diselesaikan melalui jalur di luar pengadilan dan kalau tidak berhasil bisa diselesaikan melalui jalur pengadilan.

Bila kita merujuk pada pendapatnya Lawrence M. Friedman, bahwa salah satu unsur penting di dalam suatu sistem hukum yaitu kultur hukum. Kultur hukum adalah sikap dan nilai-nilai yang menjadi pegangan masyarakat yang akan menentukan apakah pengadilan akan dimanfaatkan atau tidak dalam menghadapi suatu



masalah hukum<sup>118</sup>. Berdasarkan pendapat tersebut terlihat bahwa kedua Undang-Undang diatas memberikan kebebasan kepada para pihak yang bersengketa untuk memilih jalur apakah yang akan digunakan kalau suatu saat terjadi sengketa di antara mereka, apakah mereka akan menggunakan jalur pengadilan ataupun jalur di luar pengadilan.

Namun, menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, penyelesaian sengketa para pihak tersebut juga tidak menutup kemungkinan dilakukan penyelesaiannya dengan cara damai oleh para pihak yang bersengketa. Penyelesaian secara damai yang dimaksud yaitu penyelesaian tersebut dilakukan oleh kedua belah pihak yang berselisih atau bersengketa tanpa melalui Badan Penyelesaian Sengketa atau melalui pengadilan dan hal tersebut tidak bertentangan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

### **3. Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Dalam Melindungi Konsumen Jasa Telekomunikasi**

Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi bisa dilihat dalam hal efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 bagi konsumen jasa telekomunikasi serta bagi penyelenggara jasa telekomunikasi, apakah

---

<sup>118</sup> Lawrence M. Friedman Op. Cit.

sudah efektif atau belum dalam rangka melindungi konsumen jasa telekomunikasi.

**a. Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Bagi Konsumen Jasa Telekomunikasi**

Mengkaji hasil penelitian mengenai efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 bagi konsumen jasa telekomunikasi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi meski ditujukan juga untuk melindungi konsumen jasa telekomunikasi, ternyata belum bisa dikatakan efektif. Banyak kendala yang menyebabkan Undang-Undang tersebut belum bisa berlaku efektif dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi.

Salah satu kendala yang menyebabkan Undang-Undang Telekomunikasi belum bisa berlaku efektif dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi adalah yang berasal dari diri konsumen sendiri. Bila kita mengacu pada pendapatnya Satjipto Rahardjo<sup>119</sup>, bahwa hukum itu hanya akan dapat berjalan melalui manusia, manusialah yang menciptakan hukum, tetapi untuk pelaksanaan hukum itu juga masih diperlukan adanya campur tangan manusia.

Berdasarkan pendapat tersebut bila dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 yang belum bisa berlaku

---

<sup>119</sup> Satjipto Rahardjo, *Hukum dan Masyarakat*, Angkasa, Bandung, 1980, halaman 70.

efektif dikarenakan salah satu kendalanya adalah berasal dari konsumen jasa telekomunikasi sendiri, dapat ditarik suatu analisa bahwa konsumen jasa telekomunikasi sebagai manusia yang terkena sasaran dari pelaksanaan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi (yang berpatokan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen), merupakan faktor yang sangat menentukan dalam rangka efektifnya Undang-Undang tersebut dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi.

Efektif tidaknya Undang-Undang tersebut dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi terkait dengan pemahaman konsumen jasa telekomunikasi terhadap Undang-Undang tersebut, apakah konsumen jasa telekomunikasi memahami isi dari Undang-Undang tersebut, apakah mereka memahami hak-hak mereka yang diakomodasi oleh Undang-Undang tersebut. Selain itu juga terkait dengan sikap dan pandangan konsumen jasa telekomunikasi terhadap pelanggaran yang menimpa dirinya. Ada konsumen jasa telekomunikasi yang membiarkan pelanggaran itu terjadi menimpa dirinya dan ada pula yang mencoba melakukan pengaduan melalui layanan pengaduan (bisa melalui Yantel, telepon 162, radio, *website* PT. Telkom, koran) atau ada juga yang melakukan pengaduan melalui lembaga swadaya masyarakat yang menangani masalah perlindungan terhadap konsumen, seperti Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) yang ada di Semarang atau bahkan sampai ke

tingkat Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang terletak di Jakarta.

Kebanyakan konsumen jasa telekomunikasi membiarkan pelanggaran terhadap dirinya terjadi karena mereka beranggapan bahwa pelanggaran tersebut merupakan hal yang biasa terjadi dalam masyarakat dan hal tersebut bisa dimaafkan atau ada juga konsumen jasa telekomunikasi yang merasa hal tersebut adalah hal sepele dan hanya membuang waktu, biaya dan tenaga saja kalau hal tersebut dipermasalahan.

Menurut George Ritzer<sup>120</sup> konsumen Indonesia sebagai bagian dari masyarakat yang menjunjung nilai-nilai komunal, tidak terlepas dari pengaruh budaya masyarakat di sekelilingnya, bahkan sebagai individu yang tidak tergabung dalam satu kelompok, dia terlalu mudah dikendalikan oleh kekuasaan yang berasal dari luar dirinya seperti kultur, norma dan peranan-peranan sosial.

Kendala lain yang membuat belum efektifnya Undang-Undang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi disebabkan oleh faktor di luar konsumen jasa telekomunikasi, dimana hal tersebut terkait dengan sikap dan pandangan anggota Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang menangani masalah perlindungan konsumen, seperti LP2K (Lembaga

---

<sup>120</sup> George Ritzer, Dalam Alimandan, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, Rajawali Pers, Jakarta, 1992, halaman 13.

Pembinaan dan Perlindungan Konsumen) yang terletak di Semarang atau YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) yang terletak di Jakarta serta aparat pemerintah yang terkait dalam masalah perlindungan konsumen terutama konsumen jasa telekomunikasi.

Ada anggota LSM yang bersikap tanggap namun ada juga yang tidak tanggap dalam menangani masalah pengaduan konsumen jasa telekomunikasi, demikian juga dengan sikap aparat pemerintah ada yang tanggap ada yang tidak tanggap dalam menangani hal tersebut. Hal tersebut sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Yahya Harahap<sup>121</sup> bahwa selama ini perlindungan terhadap konsumen baru merupakan cita-cita dalam bentuknya yang normatif dan belum diwujudkan secara nyata.

Sikap dan pandangan anggota LSM dan pemerintah tersebut dipengaruhi oleh tinggi rendahnya tingkat kesadaran hukum yang mereka miliki. Bagi mereka yang memiliki tingkat kesadaran hukum yang tinggi maka akan menangani pengaduan konsumen jasa telekomunikasi itu sesuai prosedur yaitu tentunya berpatokan pada Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun bagi mereka yang memiliki tingkat kesadaran hukum yang rendah akan membiarkan saja hal tersebut.

---

<sup>121</sup> Yahya Harahap, halaman 107.

Suatu peraturan perundang-undangan akan menjadi efektif apabila dalam perbuatan maupun implementasinya didukung oleh sarana-sarana yang memadai. Oleh karena itu kita tidak cukup hanya memahami hukum dalam wujud rumusan-rumusan yang tertulis melainkan hukum sebagai gejala empirik yang tampak dan berlaku dalam masyarakat.

Ukuran suatu hasil perbuatan dikatakan efektif apabila menimbulkan akibat hasil dan mencapai maksud sebagaimana yang diinginkan jitu atau tepat mengenai sasaran yang dituju. Efektif atau tidaknya suatu peraturan perundang-undangan sangat erat kaitannya dengan masalah-masalah yang timbul selama waktu pengimplementasiannya. Keadaan ini disebabkan karena proses implementasi selalu mengakibatkan lingkungan dan kondisi yang berbeda.

Dalam kehidupan sosial terdapat beberapa aspek yang bisa mempengaruhi perilaku konsumen dalam menanggapi pelanggaran hak yang menimpa dirinya, yaitu aspek stratifikasi sosial dan aspek budaya hukum. Stratifikasi sosial merupakan aspek vertikal dari kehidupan sosial, perbedaan kedudukan konsumen dengan pelaku usaha menyebabkan sulitnya mendapatkan hak-hak konsumen yang seharusnya ia dapatkan.

Dalam melihat realita kehidupan hukum dari suatu masyarakat, budaya hukum tidak dapat diabaikan karena secara

konkrit budaya hukum itu bersifat responsif. Sifat responsif budaya hukum itu bisa memberi pengaruh negatif. Kehadiran Undang-Undang Telekomunikasi yang secara normatif mengatur masalah konsumen jasa telekomunikasi termasuk perlindungan hukumnya yang tentunya juga mengacu kepada Undang-Undang Perlindungan Konsumen ternyata tidak serta merta menimbulkan respon positif dari konsumen jasa telekomunikasi. Respon konsumen tersebut biasanya dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dari konsumen tersebut, tingkat ekonomi atau kesejahteraan konsumen, tingkat pengetahuan akan hak-hak yang dimiliki konsumen serta nilai-nilai yang dianut di dalam masyarakat.

Soerjono Soekanto<sup>122</sup> menyatakan bahwa masalah pokok dalam penegakan hukum sebenarnya terletak pada faktor-faktor yang mungkin mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut mempunyai arti yang netral, sehingga dampak positif dan negatifnya terletak pada isi faktor-faktor tersebut, yaitu :

- a. Faktor hukum itu sendiri.
- b. Faktor penegak hukum.
- c. Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum.
- d. Faktor masyarakat yaitu lingkungan dimana hukum tersebut berlaku atau diterapkan.

---

<sup>122</sup> Soerjono Soekanto, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1983, halaman 5.

- e. Faktor kebudayaan, yaitu sebagai hasil karya, cipta, dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia di dalam pergaulan hidup.

Kelima faktor tersebut di atas satu sama lain saling berkaitan sebab merupakan esensi dari penegakan hukum dan merupakan tolok ukur daripada efektivitas penegakan hukum.

Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen di Indonesia adalah tanggung jawab dari pemerintah. Sementara pelaksanaannya adalah menteri yang terkait. Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen oleh pemerintah diatur dalam Pasal 29 Undang-Undang perlindungan konsumen.

Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen oleh pemerintah dimaksudkan agar :

- 1). Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen.
- 2). Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
- 3). Meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.

Di Indonesia pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen dilakukan oleh pemerintah, masyarakat, serta lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. Pengawasan oleh pemerintah dilaksanakan oleh menteri yang bersangkutan. Masyarakat dan



lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat melakukan pengawasan terhadap setiap barang/jasa yang beredar di pasaran.

Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat bekerja sama dengan masyarakat dan pemerintah dalam memberantas segala penyimpangan yang terjadi dalam hal perlindungan konsumen dimana mereka bekerja berdasarkan perundang-undangan yang berlaku. Dalam hal ini lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat bertugas :

- Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam menggunakan barang atau jasa.
- Memberikan nasihat kepada konsumen yang membutuhkannya.
- Bekerja sama dengan instansi yang terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen.
- Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan yang dilakukan oleh konsumen.
- Serta melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Jadi demi efektivitasnya Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi maka komponen-komponen di atas yaitu pemerintah, masyarakat, serta lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memang diperlukan sekali partisipasinya.

Hukum perlindungan konsumen muncul karena untuk melindungi kedua belah pihak dari perbuatan yang tidak bertanggung jawab. Jadi, bukan hanya melindungi kepentingan konsumen saja tetapi di sini pihak produsen juga dilindungi. Produsen sering juga dirugikan kepentingannya oleh konsumen karena banyaknya konsumen-konsumen nakal, yang beritikad tidak baik dalam melakukan hubungan hukum. Seringnya terjadi penipuan oleh para konsumen menyebabkan kerugian di pihak produsen.

Konsumen hendaknya bersikap sportif dalam melakukan hubungan hukum dengan produsen. Sebagai contoh dalam melakukan transaksi jual beli baik berupa barang maupun jasa, konsumen harus memiliki itikad baik, membayar sesuai nilai tukar yang disepakati, jika terjadi sengketa wajib mengikuti upaya penyelesaian sengketa hukum tersebut secara patut dan bertanggung jawab. Demikian juga untuk konsumen jasa telekomunikasi, konsumen jasa telekomunikasi memang harus bersikap *fair* dalam memilih dan menggunakan jasa telekomunikasi, harus beritikad baik.

**b. Efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Bagi Penyelenggara Jasa Telekomunikasi**

Suatu peraturan perundang-undangan apapun bentuknya dimaksudkan untuk mempengaruhi dan mengontrol perbuatan manusia sesuai dengan ketentuan dan tujuan-tujuan yang telah

ditetapkan. Berkaitan dengan pengimplementasian Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi maka PT. Telkom sebagai pelaksana ketentuan tersebut seharusnya terlebih dahulu memahaminya sehingga dalam menerapkannya tidak menemui kesulitan atau menimbulkan kesulitan bagi pihak yang berkaitan dengan ketentuan tersebut (salah satunya adalah konsumen jasa telekomunikasi).

Hal tersebut sesuai dengan pendapatnya Lawrence M. Friedman, bahwa struktur hukum merupakan salah satu hal penting dalam suatu sistem hukum.<sup>123</sup> Struktur hukum itu memperlihatkan bagaimana PT. Telekomunikasi Indonesia menjalankan fungsinya sebagai salah satu badan penyelenggara jasa telekomunikasi yang berhubungan langsung dengan konsumen jasa telekomunikasi apakah benar-benar berpedoman pada Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atau tidak dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi.

Berdasarkan penelitian, dalam hal pelaksanaan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, penyelenggaraan jasa telekomunikasi kaitannya dengan perlindungan konsumen jasa telekomunikasi hingga saat ini belum bisa dikatakan efektif, hal tersebut bisa dilihat dari usaha pihak penyelenggara jasa

---

<sup>123</sup> Lawrence M. Friedman, Op. Cit.

telekomunikasi dalam hal ini PT. Telkom yang belum sepenuhnya bisa menjalankan amanat Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi terutama dalam hal pelaksanaan asas dan tujuan penyelenggaraan telekomunikasi serta pelaksanaan kewajiban-kewajibannya terhadap konsumen jasa telekomunikasi. Banyaknya komplain atau pengaduan yang ditujukan kepada PT. Telkom baik melalui Yantel, telepon (162), surat, media masa/ koran, radio, LP2K, website/ akses ke PT. Telkom seputar rekening/ tagihan pulsa, gangguan sambungan telekomunikasi, pelayanan pasang baru atau mutasi, akibat sikap petugas PT. Telkom, tarif, Wartel, fasilitas telepon umum (baik koin maupun kartu), serta seputar penggunaan jasa Japati membuktikan bahwa PT. Telkom belum bisa dikatakan sebagai salah satu penyelenggara jasa telekomunikasi yang memiliki kinerja yang baik karena selain berorientasi bisnis PT. Telkom juga harus tetap memperhatikan kepentingan konsumen jasa telekomunikasi. Mudah-mudahan dengan bermunculannya penyelenggara jasa telekomunikasi yang lain di Indonesia semakin membuat PT. Telkom terpacu untuk memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada konsumen jasa telekomunikasi.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **KESIMPULAN**

1. Jika dilihat dalam hal asas dan tujuan penyelenggaraan jasa telekomunikasi, kewajiban penyelenggara jasa telekomunikasi terhadap konsumen jasa telekomunikasi, ketentuan sanksi yang ditujukan bagi penyelenggara jasa telekomunikasi ternyata memang konsisten dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi.
2. Jika dilihat konsistensi Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam kaitannya dengan perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi, yang dilihat dalam hal penjaminan hak-hak konsumen jasa telekomunikasi, diperbolehkannya perjanjian baku serta dalam hal penyelesaian sengketa antara konsumen jasa telekomunikasi dengan penyelenggara jasa telekomunikasi. Ternyata keduanya memang konsisten.
3. Mengenai efektivitas Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi, bila dilihat dari efektivitasnya bagi konsumen jasa telekomunikasi, ternyata belum bisa dikatakan efektif. Ada beberapa kendala yang menyebabkan Undang-Undang tersebut belum bisa berlaku efektif dalam melindungi konsumen jasa telekomunikasi. Kendalanya berasal dari faktor diri

konsumen dan di luar konsumen jasa telekomunikasi. Bila dilihat dari efektivitasnya bagi penyelenggara jasa telekomunikasi, belum bisa dikatakan efektif, karena PT. Telkom sebagai salah satu penyelenggara jasa telekomunikasi belum bisa menjalankan amanat Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi dengan baik hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya komplain konsumen jasa telekomunikasi yang ditujukan kepada PT. Telkom.

#### **SARAN**

1. Sebagai salah satu penyelenggara jasa telekomunikasi di Indonesia, PT. Telkom selain berorientasi pada bisnis, pelayanan terhadap konsumen jasa telekomunikasi juga tetap harus diperhatikan. Komitmennya untuk berusaha memberikan pelayanan dan hasil serta citra yang terbaik kepada konsumen jasa telekomunikasi harus tetap dipegang dan dilaksanakan dengan baik.
2. Dalam melaksanakan kewajibannya sebagai salah satu penyelenggara jasa telekomunikasi di Indonesia, PT. Telkom harus selalu memegang amanat Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi agar tidak melenceng dari tujuan yang diharapkan.
3. Masalah perlindungan terhadap konsumen jasa telekomunikasi harus selalu diperhatikan oleh para pembuat Undang-Undang Telekomunikasi jangan sekedar berorientasi pada bisnis semata.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU

Alimandan, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, Rajawali Pers, Jakarta, 1992.

Badruzaman, Mariam Darus, *Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Perjanjian Baku*, Jakarta, 1980.

Black, Henry Cambell, *Blacks Law Dictionary Six Edition*, St. Paul Minnesota, USA.

BPHN, *Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, 1980.

-----, *Naskah Akademis Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta, 1981.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1995.

-----, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1997.

Faisal, Sanafiah, *Penelitian Kualitatif, Dasar-Dasar dan Aplikasinya*, YA3, Malang, 1990.

Hartono, Sri Redjeki, Dalam Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Kapita Selekta Hukum Ekonomi*, Mandar Maju, Bandung, 2000.

Jacob, T., *Manusia Ilmu Dan Teknologi Pergumulan Abadi Dalam Perang Dan Damai*, PT. Tiara Wacana, Yogyakarta, 1993.

K.H., Ramadhan dan Sugiarta, Abrar, *Dari Monopoli Menuju Kompetisi*, Grasindo, Jakarta, 1994.

Mertokusumo, Sudikno, *Mengenal Hukum*, Liberty, Yogyakarta, 1988.

Muhammad, Abdulkadir, *Perjanjian Baku Dalam Praktek Perusahaan Perdagangan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992.

Nasution, A.Z., *Konsumen Dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995.

-----, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Daya Widya, Jakarta, 1999.

- Patrik, Purwahid, *Azas Itikad Baik dan Kepatutan Dalam Perjanjian*, FH. UNDIP, Semarang, 1982.
- , *Hukum Perdata II (Perikatan yang Lahir Dari Perjanjian dan Undang-Undang)*, FH. UNDIP, Semarang, 1986.
- , *Hukum Perdata I*, FH UNDIP, Semarang, 1994.
- Prijatmodjo, J. Indri dan Baasir, Mudrik, *Teknologi Komunikasi Satelit Dan Aplikasinya*, Semarang, 1998.
- PT. Telkom & IKAL, *Telekomunikasi Indonesia Sejarah, Perkembangan, Dan Proyeksi*, Jakarta, 1997.
- Rahardjo, Satjipto, *Hukum Dan Masyarakat*, Bandung, 1980.
- , *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1991.
- Salim, Peter, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Modern English Press, Jakarta.
- Saydam, Gouzali, *Sistem Telekomunikasi Di Indonesia*, Angkasa, Bandung, 1995.
- Setiawan, R., *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Bina Cipta, Bandung, 1986
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2000.
- Simanjuntak, Tiur L.H., *Dasar-Dasar Telekomunikasi*, Alumni, Bandung, 1993.
- Sjahdeni, Sutan Remy, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank Di Indonesia*, Jakarta, Institut Bankir Indonesia, 1993.
- Soekanto, Soerjono, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1983.
- , *Pengantar Penelitian Hukum*, UI-Press, Jakarta, 1986.
- Soekanto, Soerjono dan Mamudji, Sri, *Penelitian Hukum Normatif*, Rajawali Pers, Jakarta, 1990.
- Soemitro, Ronny Hanitijo, *Metodologi Penelitian Hukum dan Yurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990.
- Soeroso, R., *Pengantar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 1993.



Shofie, Yusuf, *Percakapan Tentang Pendidikan Konsumen Indonesia*, USAID, 1998.

Subekti, *Aneka Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1975.

-----, *Kumpulan Karangan Hukum Perikatan Arbitrase dan Pengadilan*, Alumni, Bandung, 1980

Subekti, Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1985.

Sudarsono, *Kamus Hukum*, Rineka Cipta, Jakarta, 1992.

Sudaryatmo, *Hukum & Advokasi Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999.

Suhartono, Irawan, *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1998, halaman 63.

Suryodiningrat, R.M., *Azas-Azas Hukum Perikatan*, Tarsito, Bandung, 1985.

Susilo, K. Zumrotin, *Penyambung Lidah Konsumen*, YLKI dan Puspa Swara, Jakarta, 1996.

Taylor, Judith, *Successful Telephone Techniques (Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Telepon)*, PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta, 1999.

Unit Pengembangan Komputer FE UNDIP, *Internet Kit*, Semarang, 1999.

Widjaya, Gunawan & Yani, Ahmad, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001.

Widjaya, Gunawan, *Seri Hukum Bisnis : Alternatif Menyelesaikan Sengketa*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001.

## **B. MAKALAH, KATALOG, MAJALAH, WEBSITE**

BrotoSusilo, Agus, *Makalah, Instrumen/ Aspek-Aspek Perlindungan Terhadap Konsumen Dalam Sistem Hukum Indonesia*, YLKI, Jakarta, 1997.

Gema, Ari Juliano, *Kerahasiaan Informasi Di Internet*, [www.theceli.com](http://www.theceli.com), 26 April 2000.

Katalog Produk PT. Telekomunikasi Indonesia, Direktorat Operasi dan Pemasaran, Bandung, 2000.

Majalah Selular, *Selular Di Ujung Tanduk Dalam Trend & Telecommunication*, Edisi 19/ II, Juni 2003.

Oesman, Oetojo, Makalah *Aspek-Aspek Hukum dalam Prospektif Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Purwokerto, 1995.

Permadi, *Pola Sikap Masyarakat Terhadap Masalah Perlindungan Konsumen*, Simposium Aspek-Aspek Masalah Perlindungan Konsumen, 1980.

Prospektus PT. Telekomunikasi Indonesia, 2003.

PT. Telekomunikasi Indonesia Dvisi Regional IV Jateng dan DIY, *Formulir Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi (KBST)*, Semarang, 2000.

Sugiarsono, Joko, *Telekomunikasi Bisnis Tak Kenal Krisis*, Suplemen Majalah SWA, Edisi 8 April 2003.

Suharno, Makalah, *Sistem Pengawasan Barang Dan Jasa Dalam Rangka Perlindungan Konsumen*, Purwokerto, 1995.

*Techno News*, Edisi 01, Tahun I, Minggu I, Mei 2003.

Yani, Muchammad, Makalah, *Kode Etik Perjanjian Penjualan Di Indonesia*, Purwokerto, 1995.

### **C. PERATURAN**

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi, Sinar Grafika, Jakarta, 2000.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Sinar Grafika, Jakarta, 2000.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2000 Tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi, Warta Perundang-Undangan, 2001.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, Warta Perundang-Undangan, 2002.